

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI
FAKULTA TEXTILNÍ

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

LIBEREC 2010

VERONIKA LONSKÁ

TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI

FAKULTA TEXTILNÍ



Studijní program: B3107 Textil

Studijní obor: Technologie a řízení oděvní výroby

KVALITA VYBRANÝCH VÝROBKŮ PODLE LEGISLATIVI ČESKÉ OBCHODNÍ INSPEKCE

QUALITY OF SELECTED PRODUCTS BY LEGISLATION CZECH TRADE INSPECTION

Veronika Lonská

KOD/2010/06/8/BS

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Katarina Zelová

Rozsah práce:

Počet stran textu	83
Počet obrázků	47
Počet grafů	9
Počet stran příloh	7

Zásady pro vypracování

1. Popište činnost České obchodní inspekce (ČOI).
2. Proveďte rešerši zákonů a právních norem pro práci ČOI.
3. Posuďte dostupnost informací pro spotřebitele o kvalitě a nezávadnosti zboží hodnocené ČOI a jinými orgány.
4. Doporučte opatření ke zlepšení komplexní informovanosti spotřebitelů o kvalitě výrobků na českém trhu se zaměřením na oděvní výrobky.

Seznam odborné literatury:

- Česká obchodní inspekce. [online] [25.10.2009]. Dostupné na: www.coi.cz.
- ČOI, Výroční správa 2008. [online] [29.10.2009]. Dostupné na: <http://www.coi.cz/files/documents/vyrocní-zpráva032009.pdf>.
- Ekolist. [online][20.10.2009]. Dostupné na: www.ekolist.cz.
- Finance. [online][29.10.2009]. Dostupné na: www.finance.cz.
- Ikvalita, Přístup EU ke kvalitě. [online] [29.10.2009]. Dostupné na: <http://www.ikvalita.cz/tools.php?ID=35>.
- Oficiální portál pro podnikání a export. BusinessInfo. [online] [29.10.2009]. Dostupné na: www.businessinfo.cz.
- KARPENKO, N.: *Kontrola jakosti výrobků. I., Zmetky, jakost, organisace kontroly*. Praha: Nakladatelství Národní práce, 1943.
- KŘENEK, L.: *Hodnocení jakosti výrobků*. Praha: Úřad pro normalizaci a měření, 1969.
- VEBER, J., A KOLEKTIV: *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele. - 2., aktualizované vydání*. Grada: 2006. ISBN: 978-80-247-1782-1.
- ŠONSKÝ, J.: *Jakost výrobků v řízení průmyslu*. Praha, VÚNM, 1983. II 1.6 – 023.

Prohlášení

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Datum 14. 5. 2010

Podpis

Poděkování

Touto cestou bych ráda poděkovala Ing. Katarině Zelové za její cenné rady a odborné vedení bakalářské práce. Dále pak děkuji Ing. Ludmile Fridrichové Ph.D. za rady při sestavování dotazníku.

Děkuji také všem, kteří věnovali svůj čas k vyplnění dotazníku i těm, kteří se podíleli na jeho rozšíření.

Anotace

Tato bakalářská práce popisuje činnost České obchodní inspekce, která kontroluje a dohlíží na kvalitu a bezpečnost výrobků nabízených na českém trhu. Jsou zde zmíněny opatření, která zavedla Evropské unie pro ochranu spotřebitele i způsoby jakými Česká republika zasahuje do jakosti českých produktů. Pozornost je věnována značkám kvality a environmentálním značení. Nechybí tu zmínka o kvalitě oděvů na českém trhu.

Klíčová slova

Česká obchodní inspekce, Kvalita výrobků, Ochrana spotřebitele, Značka kvality, Hodnocení kvality, Ekologické výrobky.

Annotation

This thesis describes the activities of the Czech Trade Inspection, which monitors and oversees the quality and safety of products offered on the Czech market. Measures are mentioned, which the European Union consumer protection introduced and ways in which the Czech Republic affects the quality of Czech products. Attention is paid to brand quality and environmental labeling. There are also mentioned the quality of clothes on the Czech market.

Key words

Czech Trade Inspection, Product Quality, Consumer Protection, Quality Mark, Quality rating, Organic products.

Obsah

ÚVOD.....	9
1 ČESKÁ OBCHODNÍ INSPEKCE	11
1.1 ČINNOST ČESKÉ OBCHODNÍ INSPEKCE	11
1.1.1 SPOLUPRÁCE ČESKÉ OBCHODNÍ INSPEKCE S DALŠÍMI KONTROLNÍMI ORGÁNY.....	12
1.1.2 ČESKÁ OBCHODNÍ INSPEKCE VE SPOLUPRÁCI S NÁRODNÍMI KONTROLNÍMI ORGÁNY ZEMÍ EU	14
1.1.3 ZAHRAŇIČNÍ PRACOVNÍ AKTIVITY ČESKÉ OBCHODNÍ INSPEKCE.....	14
1.1.4 ÚČAST ČESKÉ OBCHODNÍ INSPEKCE V EVROPSKÝCH SYSTÉMECH A STRUKTURÁCH	15
1.2 DALŠÍ DOZOROVÉ ORGÁNY NA TRHU ČESKÉ REPUBLIKY.....	16
1.3 KVALITATIVNÍ POŽADAVKY SPOTŘEBITELE NA KVALITU	17
1.4 VÝROBA V ZEMÍCH S LEVNOU PRACOVNÍ SILOU	18
1.4.1 LOGO PRO OCHRANU SPOTŘEBITELE.....	20
1.4.2 OPATŘENÍ EU PRO OCHRANU SPOTŘEBITELE.....	21
2 ZÁKONNÉ POŽADAVKY NA OCHRANU SPOTŘEBITELE.....	23
2.1 SDRUŽENÍ NA OCHRANU SPOTŘEBITELŮ	23
2.2 ZPŮSOBY, JIMIŽ JSOU CHRÁNĚNI SPOTŘEBITELÉ V ČESKÉ REPUBLICE	24
2.2.1 ZVÝŠENÁ OCHRANA PŘED NEBEZPEČNÝMI VÝROBKÝ	25
2.2.2 POŽADAVKY A PŘEDPISY PRO VÝROBKÝ	26
2.3 ZÁKONY A PRÁVNÍ PŘEDPISY PRO PRÁCI ČESKÉ OBCHODNÍ INSPEKCE PŘI ZAJIŠŤOVÁNÍ OCHRANY SPOTŘEBITELE.....	26
2.4 POSTOJ ČESKÉ REPUBLIKY KE KVALITĚ VÝROBKŮ	30
2.4.1 CÍLE PROGRAMU ČESKÁ KVALITA	31
2.4.2 ZNAČKY PROGRAMU ČESKÁ KVALITA.....	31
2.4.3 OSTATNÍ ZNAČKY KVALITY	39
3 BEZPEČNÉ VÝROBKÝ NA ČESKÉM TRHU	41
3.1 OBECNÉ INFORMACE O ZÁVADNÝCH VÝROBCÍCH.....	41
3.2 HODNOCENÍ KVALITY, ZDRAVOTNÍ A HYGIENICKÉ NEZÁVADNOSTI VÝROBKŮ.....	42
3.2.1 ZÁVADNÉ VÝROBKÝ STAŽENÉ Z TRHU V ČR	43
3.2.2 NORMY VZTAHUJÍCÍ SE K VÝROBKŮM PRO POSOUZENÍ JEJICH ZPŮSOBILOSTI.....	43
3.3 VLIV KVALITY VÝROBKŮ NA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ	46
3.3.1 OCHRANA ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ.....	46
3.3.2 KONTROLNÍ ZABEZPEČENÍ ENVIRONMENTÁLNÍHO ZNAČENÍ	47
3.3.3 POUŽÍVANÉ ENVIRONMENTÁLNÍ ZNAČENÍ	48
3.3.4 ENVIRONMENTÁLNÍ ZNAČKY	48
3.3.5 EKO VÝROBKÝ	50
4 KVALITA ODĚVNÍCH A TEXTILNÍCH VÝROBKŮ	52
4.1 POZICE ODĚVNÍHO A TEXTILNÍHO PRŮMYSLU V ČR.....	52
4.2 ODĚVNÍ VÝROBKÝ NABÍZENÉ NA ČESKÉM TRHU	53

4.2.1	STRATEGIE OBCHODŮ S ODĚVY ZA SOUČASNÉ TRŽNÍ SITUACE	54
4.2.2	ODĚVY ČESKÉHO TRHU	54
4.2.3	STYL OBLÉKÁNÍ ČESKÝCH SPOTŘEBITELŮ	56
4.3	KVALITA ODĚVNÍCH A TEXTILNÍCH VÝROBKŮ.....	57
4.3.1	ZNAČKA KVALITY ODĚVŮ	58
4.3.2	BIOPRODUKTY V TEXTILNÍ A ODĚVNÍ VÝROBĚ	61
4.3.3	KONTROLA KVALITY A BEZPEČNOSTI A ZDRAVOTNÍ NEZÁVADNOSTI ODĚVNÍCH VÝROBKŮ	63
4.3.4	HODNOCENÍ TEXTILNÍCH A ODĚVNÍCH VÝROBKŮ A K NIM VZTAHUJÍCÍ SE POŽADAVKY	64
5	VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKŮ	66
6	DISKUSE	73
7	ZÁVĚR.....	75

Úvod

Ve dvacátém prvním století je trh se spotřebním zbožím přesycen nad míru spotřeby. Lidé jako spotřebitelé, mohou vybírat z široké škály různých druhů výrobků pohybujících se v různých cenových relacích. Záleží pouze na jejich sociální situaci a potřebách. Někteří se ocitají ve finanční tísní nebo jim přijde zbytečné utrácet za výrobky hodně peněz, proto při výběru upřednostňují cenu, což může být na úkor kvality zboží. Existují také lidé, kteří na cenu nehledí a vybírají podle známých a prověřených značek anebo lidé, kteří volí kvalitu za rozumnou cenu. Ať se člověk řadí do kterékoliv skupiny, vždy by měl zvážit rizika, když se rozhoduje mezi cenou a kvalitou, že může dojít k ohrožení lidského zdraví nebo hůře lidského života.

Velké množství produktů se k nám dováží především ze zahraničí, Číny, Polska, Vietnamu a jiných zemí s levnou pracovní silou. Z médií, novin a jiných informačních zdrojů se neustále dozvídáme o výrobcích, které nevyhověly výrobním předpisům, normám apod. Jedná se často o oblečení s obsahem formaldehydu, nebo nebezpečné hračky pro děti, závadný sunar, nebezpečné spotřebiče a o řadu dalších produktů. Z těchto informací dle [1] pak spotřebitel získává dojem, že v Číně neexistují normy nebo zákony, které by dbaly na kvalitu výrobků, a že téměř všechny produkty jsou nekvalitní, či zdraví škodlivé. Řada čínských výrobců používá pro výrobu německé normy DIN, ale najdou se mezi nimi i tací, kteří se jimi neřídí. Bohužel postihy za nedodržení nebývají automatické.

Kontrolu kvality výrobků v Číně má na starosti řada orgánů, jako např. Státní úřad pro kontrolu potravin a léčiv, Generální správa pro dohled nad kvalitou, inspekcí a karanténou AQSIQ. Pravomoce těchto orgánů nejsou jasně vymezené, což dává příležitost výrobcům, kteří upřednostňují výdělek nad zdravím konzumentů s cílem co nejvíce snížit ceny. Proto normy nedodržují. Využívají tak sociální situace lidí bez práce, s nízkými příjmy, mladých rodin s dětmi, kteří hledí především na cenu výrobku. Řada výrobců zkouší štěstí a doufají, že se na jejich praktiky nikdy nepříjde. Díky velké rozloze Číny i velkému množství továren, které si konkurují a roztržštěnosti systému kontroly, mají šanci na úspěch. Dalším problémem Číny je korupce. Z toho vyplývá, že normy platí jen pro ty, kteří si zakládají na dobré pověsti svých výrobků a pro něž vyšší cena neznamena ztrátu zákazníků.

Problém s nekvalitními a zdravotně závadnými výrobky vyvolal dle [2] v poslední době větší zájem států a jejich orgánů o vytvoření jakostního prostředí. To se snaží zajistit pomocí legislativy a podporou při vytváření organizací, jejichž smyslem je ochrana spotřebitelů před nešvary podnikání. Těmito aktivitami se snaží podnikatele vyzývat ke kvalitnější produkci a do jisté míry i vychovávat v oblasti kvality.

Iniciativou Evropské organizace pro jakost (EOQ) byla v rámci Evropské unie vytvořena Vize evropské jakosti, tzv. Cesta kupředu. V ní jsou obsaženy návrhy aktivit pro podpoření jakosti v oblasti ekonomického rozvoje zemí Evropské unie, při zvyšování kultury společnosti i v podporování osobního rozvoje obyvatel.

Pro výrobce je dobrým motivačním prostředkem možnost prezentovat se různými značkami nebo certifikáty výrobků či služeb, systémů jakosti, které u zákazníků pomohou zvýšit důvěru. Dalším účinným způsobem, jak zajistit ovlivňování veřejného mínění, je pomoc mediálních prostředků. Především tím, že zveřejní pozitivní i negativní výsledky testování výrobků.

Protože ochrana spotřebitelů je velice důležitou oblastí, jsou státem pověřeny dozorové orgány, které kontrolují jakost výrobků a případně udělují pokuty při nedodržení zákonů, předpisů apod. Jedním z orgánů pověřených kontrolou dodržování předpisů vztahujících se k ochraně spotřebitele je Česká obchodní inspekce.

Cílem této bakalářské práce je popsání činnosti České obchodní inspekce a dalších kontrolních orgánů, které dohlíží na kvalitu a bezpečnost výrobků nabízených na trhu České republiky. V práci jsou zmíněna některá opatření, která zavedla vláda České republiky a Evropská unie na ochranu spotřebitele, pro jeho lepší informovanost a orientaci v jakosti produktů. Součástí práce je i vyhodnocení dotazníků, které nastiňují situaci o všeobecné informovanosti spotřebitelů o kvalitě výrobků, jak spotřebitelé nahlíží na kvalitu produktů nabízených na trhu, co je ovlivňuje při výběru zboží a zda se informují o výrobcích. V posledním bodě je pozornost zaměřena na kvalitu, bezpečnost oděvních výrobků a na celkovou situaci oděvní a textilní výroby na trhu.

1 Česká obchodní inspekce

Jedním z orgánu pro kontrolu kvality a nezávadnosti výrobků je Česká obchodní inspekce. Dle [3] je rozpočtovou organizací a výkonným dozorovým orgánem státní správy podřízený Ministerstvu průmyslu a obchodu v České republice.

Zabývá se kontrolou a dozorem právnických a fyzických osob, které prodávají nebo dodávají zboží na vnitřní trh, poskytují služby nebo vyvíjejí jinou podobnou činnost na vnitřním trhu, poskytují spotřebitelský úvěr nebo provozují tržiště, pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává dozor jiný správní úřad. V případě, že dojde k porušení zákona, uděluje Česká obchodní inspekce kontrolované osobě nebo společnosti pokutu až do výše 50 000 000 Kč. Za méně závažné přestupky může inspektor udělit nižší sankce. Vedle finančních pokut nařizuje Česká obchodní inspekce i zákazy prodeje výrobků, resp. zákazy uvádění výrobků na trh. Takové opatření nařizuje v případě, že neodpovídají požadavkům zvláštních právních předpisů.

Česká obchodní inspekce dle [4] neprovádí kontrolu potravin, pokrmů a tabákových výrobků, s výjimkou kontroly poctivosti prodeje a kontroly přípravy jídel a nápojů.

1.1 Činnost České obchodní inspekce

Česká obchodní inspekce dle [3] zajišťuje kontrolu nad dodržováním podmínek stanovených k zabezpečení jakosti výrobků, zdravotní nezávadnosti, podmínek pro skladování a dopravu a požadavků na osobní hygienu a hygienickou nezávadnost provozu. Dále kontroluje, jestli se při prodeji zboží používají ověřená měřidla, pokud ověření podléhají a pokud používaná měřidla odpovídají zvláštním právním předpisům, technickým normám nebo jiným technickým předpisům, popřípadě schválenému typu. Kontrolní činnost České obchodní inspekce je zaměřena i na dodržování dohodnutých nebo stanovených podmínek a kvalitu poskytovaných služeb. Dále na dodržování státních podmínek stanovených zvláštními právními předpisy nebo jinými závaznými opatřeními pro provozování nebo poskytování činností. Stará se o to, aby stanovené výrobky uváděné na trh byly podle zvláštního právního předpisu opatřeny správným označením, popřípadě aby k nim byl vydán či přiložen dokument, který obsahuje informace o vlastnostech výrobků odpovídajících stanoveným technickým požadavkům anebo stanoveným zvláštním právním předpisům. Další oblastí působnosti České

obchodní inspekce je ochrana spotřebitele, aby nedocházelo k jeho oklamávání. Také se stará o kontrolu bezpečnosti výrobků uváděných na trh a o kontrolu osob poskytujících spotřebitelský úvěr, jestli dodržují podmínky stanovené zvláštním právním předpisem.

Česká obchodní inspekce dle [4] může provádět kontroly u výrobců, dovozců, distributorů a prodávajících. Dále se zaměřuje na problémové způsoby obchodního podnikání, jako je např. stánkový prodej koncentrovaný do příhraničních lokalit České republiky, kde je největší výskyt výrobků porušujících některá práva duševního vlastnictví. Tedy výrobků, které porušují práva majitelů ochranných známek Puma, Adidas, Diesel aj.

Obecně podnětem kontrol dle [5] můžou být buď stížnosti spotřebitelů, nebo mohou vycházet z předchozí dozorové činnosti.

Z hlediska bezpečnosti spotřebitele se Česká obchodní inspekce dle [4] zaměřuje na nebezpečné výrobky, které se nesmí prodávat a nabízet. Nebezpečný výrobek je dle Ing. Jarmily Hubené, CSc. [4] definován „*jako výrobek, který z důvodu jakékoliv vady, nesprávné nebo nedostatečné informace sám o sobě nebo při obvyklém způsobu používání, sestavování nebo uchovávání, též i únikem škodlivých látek anebo v důsledku spoléhání se na přesnost, při náležité opatrnosti představuje nepředvídatelné nebo zvýšené nebezpečí zdraví anebo majetku.*“

Můžeme tedy shrnout, že úkolem České obchodní inspekce je ochrana vnitřního trhu, zdraví, bezpečnosti a ekonomických zájmů spotřebitelů, zajištění práva na informace o zboží a službách, ochranu fiskálních zájmů státu a dozor nad technickou bezpečností stanovených výrobků.

1.1.1 Spolupráce České obchodní inspekce s dalšími kontrolními orgány

Česká obchodní inspekce při kontrolních činnostech spolupracuje s dalšími kontrolními orgány hlavně proto, že jejich kompetence se v určitých oblastech kontroly často překrývají. Mezi kontrolní orgány patří Český normalizační institut, Živnostenský úřad, Generální ředitelství cel, Česká inspekce životního prostředí, Český telekomunikační úřad, Policie ČR, Profesní sdružení a asociace a odborná spolupráce v oblasti metodiky.

Pro práci České obchodní inspekce dle [5] jsou normy velmi důležité. Jejich pořízení je finančně nákladné a proto Česká obchodní inspekce uzavřela spolu s Českým normalizačním institutem dohodu o poskytování on-line norem.

Instituce dále spolupracuje dle [6] na základě uzavřené Dohody o koordinaci výkonů kontrolní činnosti s obecními živnostenskými úřady. Společné kontroly se týkají dozoru nad dodržováním předpisů, u kterých se jejich kompetence překrývají nebo se o ně dělí. Tedy v oblasti zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, zákona č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních, a zákona č. 247/2006 Sb., o omezení provozu zastaváren a některých jiných provozoven v nočních hodinách.

Spolupráce České obchodní inspekce s Celní správou probíhá dle [5] na základě Dohody o koordinaci a spolupráci při výkonu kontrolní činnosti. Dohoda se týká plánu kontrol, sjednocení aplikace právních norem, zamezení duplicity kontrol a nastavení funkčního systému výměny informací. Společným záměrem je zamezit nabídce a prodeji výrobků porušujících některá práva duševního vlastnictví. V průběhu kontrol na trzích a tržnicích poskytují pracovníci Celní správy ochranu pracovníkům Inspektorátu.

K dalším kompetencím České obchodní inspekce patří dle [6] kontrola, jejíž snahou je snížení prodeje výrobků vyráběných z odpadu, které nevyhovují legislativním požadavkům nebo prohlášení výrobce. Mohou to být výrobky z alternativních paliv, stavebních materiálů apod. V této oblasti spolupracuje Česká obchodní inspekce s Českou inspekcí životního prostředí na základě Dohody o koordinaci výkonů kontrolní činnosti.

Spolupráce při výkonu kontroly mezi inspektory České obchodní inspekce a pracovníky jednotlivých odborů Českého telekomunikačního úřadu probíhá dle [5] podle Dohody o spolupráci v oblasti vyhledávání rádiových vysílacích zařízení způsobujících nežádoucí prolínání, prodeje a používání rádiových a telekomunikačních koncových zařízení, nabídky a poskytování služeb elektronických komunikací a dozoru nad poštovními službami.

Instituce také spolupracuje dle [5] s Policií ČR, cizineckou, pohraniční a městskou policií. Společně pracují při kontrolách týkajících se prodeje zboží porušujících některá práva duševního vlastnictví, prodeje alkoholu mladistvým, sběrných surovin, bazarů, taxislužeb, dodržování zákona o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami.

Policie též chrání inspektory před možným nebezpečím, které by mohlo nastat při některých rizikových kontrolách.

Další nezbytnou činností České obchodní inspekce je dle [5] spolupráce s profesními sdruženími a asociacemi, jejímž smyslem je zvýšit ochranu zájmů spotřebitele na úrovni prevence. Za partnery má Česká obchodní inspekce APEK - Asociaci sdružení firem, podnikatelů a odborníků v elektronickém obchodu, Asociaci obalového hospodářství, Asociaci plynových zařízení, Asociaci výrobců výtahů a další.

Česká obchodní inspekce má se všemi dozorovými orgány České republiky, se kterými se jejich kompetence překrývají, uzavřeny nebo obnoveny smlouvy o jejich společné práci. Je to v případě vykonávání dozoru v oblastech technických zařízení, které se změnilo do stanovených výrobků ve smyslu zákona 22/1997 Sb. Příkladem jsou tlaková, plynová, elektrická, zdvihací a dopravní zařízení.

1.1.2 Česká obchodní inspekce ve spolupráci s národními kontrolními orgány zemí EU

Spolupráce České obchodní inspekce na konkrétních akcích a výměna informací mezi národními kontrolními orgány se odehrává dle [27] na úrovni AdCo skupin, tedy administrativní mezinárodní spolupráce v oblasti tlakových zařízení, stavebních výrobků, strojních zařízení, výtahů, vleků pro přepravu osob, zdravotnických prostředků, zařízení nízkého napětí, elektromagnetické kompatibility, hluku, hraček, osobních ochranných prostředků a ATEXU.

Zástupci České obchodní inspekce se zúčastňují jednání AdCo skupin zaměřených na osobní ochranné prostředky a hračky, kde pracovníci dozorových a dalších orgánů odpovědných za aplikaci evropských směrnic řeší dotazy jednotlivých členských států spojených s klasifikací a posuzováním osobních ochranných prostředků a hraček. Vlivem této spolupráce a vzájemné výměně informací se zefektivnily prováděné kontroly a vyjasnila se stanoviska a sjednocení postupů dozorových orgánů při řešení možných problémů u tohoto sortimentu spotřebitelských výrobků při praktickém dozoru na vnitřním trhu.

1.1.3 Zahraniční pracovní aktivity České obchodní inspekce

Odborní pracovníci České obchodní inspekce jsou dle [27] v rámci zahraničních služebních aktivit členy mnoha skupin AdCo.

Zasedání GPSD Network představuje zasedání výboru GPSD, který dle [56] se skládá ze zástupců národních ministerstev nebo orgánů pověřených zajišťováním bezpečnosti výrobků na národní úrovni. Výbor napomáhá v případech, kdy jsou Evropskou komisí přijímány rozhodnutí, které požadují po členských státech, aby zavedla dočasná bezpečnostní opatření proti nebezpečným výrobkům. Opatřením je buď omezení uvádění na trh, nebo jejich stažení.

Na zasedání dle [27] probíhají kontroly podle informací zástupců z jednotlivých členských států ve spolupráci s celníky. Poslední pracovní skupina projednávala problematiku projektu zapalovačů, které byly testovány ve zkušební laboratoři LNA a Burelu Veteras se zaměřením na testování parametrů dle požadavku normy EN 9994. Zajišťován byl společný program zahraniční spolupráce s Bulharskem a Albánií a příprava plánované společné spolupráce se Slovenskem v oblasti zavedení evropské směrnice MID, směrnice o měřících přístrojích v oblasti metrologie.

1.1.4 Účast České obchodní inspekce v evropských systémech a strukturách

Česká obchodní inspekce se kromě jiného účastní dle [27] i v evropských informačních a výstražných systémech a strukturách jako je systém RAPEX, systém CIRCA a organizace PROSAFE.

Práce v evropském výstražném systému RAPEX je činností České obchodní inspekce od doby, kdy vstoupila Česká republika do Evropské unie. Tímto systémem se zabezpečuje rychlá výměna informací týkajících se nebezpečných výrobků mezi členskými zeměmi Evropské unie a Komisí o opatřeních.

Informační systém Evropské komise CIRCA slouží ke vzájemnému oznamování a poskytování informací mezi členskými státy o opatřeních podle ochranných doložek jednotlivých sektorových směrnic ES. Česká obchodní inspekce je registrována jako člen několika pracovních skupin Evropské komise. Tyto skupiny řeší problematiku jednotlivých sektorových směrnic. Každá pracovní skupina má svou oddělenou část informačního systému CIRCA, kde zveřejňuje pro své členy také oznámení o opatřeních podle ochranné doložky příslušné směrnice.

České obchodní inspekce se účastnila jednání pracovních skupin AdCo LVD - směrnice pro nízkonapětové zařízení, AdCo EMC - elektromagnetická kompatibilita, AdCo TOYS - směrnice o bezpečnosti hraček, AdCo ATEX - směrnice pro zařízení ve

výbušném prostředí, AdCo MACHINERY - směrnice o bezpečnosti strojního zařízení a WG Network - směrnice o všeobecné bezpečnosti výrobků.

Členství v organizaci PROSAFE - „Evropské fórum pro prosazování bezpečných výrobků“ umožnilo České obchodní inspekci účast v projektu E-Mars. Cílem projektu je dle [57], [27] zlepšení tržního dozoru nad trhem v členských státech prostřednictvím získání zkušeností a základní úrovně odborných znalostí, zajišťuje rychlou a účinnou výměnu informací a zodpovězení dotazů ze členských států, zda jsou určité výrobky v souladu se základními bezpečnostními požadavky anebo zda jsou kryty směrnicemi (jako je GPSD, LVD, hračky, OOP). Členské země mohou požádat o pomoc při posouzení příslušného výrobku a o radu, jako postupovat při odeslání požadavku.

V rámci E-Marsu dle [27] se jednalo o posuzování rizik, ke kterým byli přizváni zástupci výrobců, dozorových orgánů a dalších úřadů ze zemí Evropské unie, proto aby se seznámili se studiemi Risk Assessment Guidelines. Metody analýzy rizik mají důležitou roli před uváděním výrobků na trh.

Česká republika používá metody, které jsou plně v souladu s prezentací na tomto pracovním semináři. Jednalo se zejména o sbližování metod používaných při analýze rizik technických zařízení pro výrobky určené pro spotřebitele.

1.2 Další dozorové orgány na trhu České republiky

K dalším státem pověřeným dozorovým orgánům v České republice patří dle [2] Česká zemědělská a potravinářská inspekce, Státní veterinární služba a Hygienická služba.

Česká zemědělská a potravinářská inspekce je orgánem státní správy. Je pověřena kontrolou fyzických a právnických osob, které vyrábějí, nakupují, skladují, dopravují a prodávají zemědělské, potravinářské, kosmetické, mydlářské, saponátové, nebo tabákové výrobky. U výše jmenovaných výrobků kontroluje zdravotní nezávadnost a další kvalitativní vlastnosti.

Zdravotní a hygienickou nezávadnost a biologickou hodnotu živočišných produktů zajišťuje Státní veterinární služba. K její další činnosti patří vytváření předpokladů pro výkon a rozvoj veterinární péče při ochraně a upevňování zdraví chovaných i volně žijících zvířat.

Hygienickou službu řídí v České republice hlavní hygienik. Do funkce je jmenován vládou na návrh ministra zdravotnictví. Má na starosti řízení tvorby zdravých životních podmínek a následující péči. Další činností je řízení práce nižších orgánů hygienické služby. Hygienické stanice plní především úkoly dané zákonem o veřejném zdraví, včetně ochrany zdraví při práci před riziky plynoucími z fyzikálních, chemických a biologických faktorů pracovních podmínek apod.

1.3 Kvalitativní požadavky spotřebitele na kvalitu

Každý zákazník je jiný, proto i jeho požadavky na kvalitu dle prof. Ing. Jaromíra Vebera, CSc. a kolektivu [2] *„jsou různé, proměnlivé a vychází z řady působících faktorů. Jedná se o faktor:*

- *biologický (pohlaví, věk, zdravotní stav),*
- *sociální (zařazení do určité společenské třídy podle vzdělání, zaměstnání a tomu odpovídajícího finančního ohodnocení i společenského postavení),*
- *demografický (klima a lokalita, v nichž spotřebitel žije, odpovídající spotřební zvyklosti),*
- *společenský (reklama, různá hnutí, veřejné mínění a názory odborníků).“*

Vývojem nových a vylepšováním starých technologií v oblasti produkce se dle [2] spotřebiteli nabízí zajímavější možnosti volby výrobků, dokonce i způsobů jejich pořízení. Pestrost nabídky a široká propagace výrobků a služeb povzbuzuje jeho vzrůstající citlivost na jakost produktů. V rámci svých finančních možností, proto raději upřednostní výrobek, který mu přinese užitek a zároveň poskytne i nějaké další výhody.

Názor na jakost si tvoří uživatel na základě užitku, který mu produkt poskytuje. Aby produkt plnil požadavky, musí být jakost obsažena ve všem, co k vytvoření výsledného kvalitního produktu vede. Proto musí být jakost zabezpečena v celé organizaci. Tedy v procesech, zdrojích i systému managementu. To se týká i toho nejdůležitějšího článku, jako je člověk. Účastní se ve všech procesech, proto je jeho „osobní kvalita“ důležitá. Pokud bude ve firmě vše perfektně fungovat, je jisté, že na výstupu bude pouze kvalitní výrobek či služba.

Hmotné produkty by měly splňovat funkčnost, estetickou působivost, nezávadnost, ovladatelnost, trvanlivost, spolehlivost, udržovatelnost, opravitelnost. Kvalitní služba musí zajišťovat vhodné prostředí, dostupnost, spolehlivost, pružnost,

odbornou způsobilost, vlídné zacházení se zákazníkem. Aby byl zajištěn kvalitní proces výroby, musí být použity kvalitní materiály, metody výroby, vhodné prostředí, měření, vhodné stroje, nástroje. V neposlední řadě se musí zabezpečovat osobní kvalita lidí, kteří pracují v procesech. Na člověka pracujícího v procesu jsou kladeny kvalitativní požadavky, jako je kvalifikace, dovednosti, aplikační schopnosti, komunikativnost, schopnost pracovat v týmu a další užité osobní vlastnosti.

Přes deset tisíc českých firem působících na našem trhu zabezpečuje ve svých podnicích jakost pomocí systému, který odpovídá mezinárodnímu standardu ISO řady 9000. Dokonce řada výrobců vlastní výrobkové certifikáty či jiná osvědčení o jakosti výrobků. Díky nim mohou distribuovat i v zahraničí, tedy i na náročnějších trzích, jako je EU, USA.

Státní orgány ve vyspělých zemích vědí, jaké přínosy mají kvalitní výrobky a služby z hlediska exportu i na celkovou kvalitu života ve společnosti. Z tohoto důvodu zavedly různé státní podpory jakosti. V České republice vláda přijala a podporuje Národní politiku podpory jakosti. Cílem této politiky je dle [43] přispět k vytvoření podmínek, které umožní bezproblémový vstup českých podnikatelských subjektů do vnitřního trhu Evropské unie, dále lépe uspokojit potřeby občanů a ovlivňovat podnikání v takovém směru, aby se více šetřily zdroje a chránilo životní prostředí.

1.4 Výroba v zemích s levnou pracovní silou

Vlivem vysokých nákladů na výrobu, jako je zdražování domácí pracovní síly, energie a podobně, také dovozem velkého množství levných asijských výrobků na trh, kterému lze špatně konkurovat u standardních druhů výrobků, většina výrobců přesunula svou výrobní činnost do zemí s levnou pracovní silou. K těmto zemím, ze kterých se dováží levné výrobky, patří většinou rozvojové a asijské země, jako je Čína, Vietnam...

Výroba v Číně se vyplácí dle [44] spíše velkým firmám s vysokým kapitálem, jako jsou známé světové značky, například Nike, Adidas a jiní. Díky tomu se celkově sníží náklady na výrobu, ale přitom značné náklady musí podnik vynaložit na dohlížení nad dodržováním kvality. Protože v oblasti kvality Čína většinou neposkytuje dostatečnou záruku. Z toho plyne, že přesun výroby do této země se nevyplatí malým firmám, které ročně nevyprodukují výrobky ve velkých objemech. Jedním z dalších

důvodů proč nevyrábět v Číně, může být to, že kvůli náročné logistice nebude moci firma pružně reagovat na potřeby zákazníka.

Výroba pro známé značky, jako Nike, Adidas probíhá tak, že majitelé firmy, dle [7], zadají výrobu konkrétních výrobků továrnám v Číně a poskytnou jim pracovní postupy a technologie, kterými se zajistí výroba. Kvalitu výrobku zajišťuje právě pracovní postup, který stanovuje, kdy a jakým způsobem se bude kontrola provádět. Kontrola kvality probíhá na vstupu, během výroby a při výstupu. Tím se minimalizuje riziko nekvalitního výrobku.

Pro čínské výrobce by zvýšení kontrol, znamenalo vyšší náklady na výrobu, které by se promítly v konečné ceně výrobků. Proto je kontrola kvality prováděna jen na výstupu, kde se výrobek zapojí a zjistí se, zda funguje či nefunguje, případně se vyhodí.

Zadávání výroby čínským firmám se však neobejde bez problémů. Dle [8], dochází často k tomu, že právě firmy, kterým byla zadána výroba originálních výrobků, vytváří padělky a napodobeniny originálů a jejich prodejem se obohacují na úkor známé značky. Pro ně je snadnější způsob okopírovat nápad, technologii, než vynakládat čas na vývoj vlastních postupů a metod, popřípadě platit za licence. Skutečností bývá i to, že pokud některý z produktů zadaný k výrobě známou značkou neprojde výstupní kontrolou a dojde k jeho vyhození, čínská firma toho často zneužije a výrobky putují k prodeji na černém trhu. Firmy se s tím snaží bojovat, bohužel Čínská vláda je v této věci shovívavá. K jejich boji nepřispívá ani fakt, že je v Číně nedostatek zákonů, které by padělání trestaly.

K cenám originálních značkových výrobků, lze obecně říci, že výrobci do celkové ceny výrobku zahrnují výrobu, fázi plánování výroby, strojní vybavení, fixní náklady, distribuci a reklamu. Proto jsou originální výrobky v porovnání s padělkami, popř. kopiemi i několikanásobně dražší.

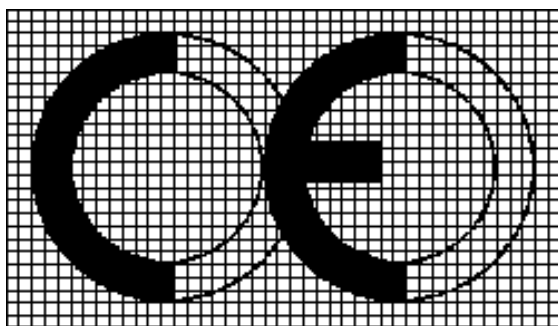
Proto, aby se zabránilo importu a prodeji falzifikátů nebo výrobků, které nesplňují technické normy a předpisy, je nutné zavést některá opatření. Jedním z nich by mohlo být zvýšení počtu kontrol celní správy na vnějších hranicích Evropské unie, protože nával zboží v evropských přístavech je tak velký, že celníci zkontrolují, dle poslankyně Evropského parlamentu Zuzany Roithové [9], „*pouze 0,5% zboží, které lodě přivezou.*“ Tím se šance na zachycení nebezpečných výrobků nebo výrobků porušujících některá práva duševního vlastnictví snižují.

1.4.1 Logo pro ochranu spotřebitele

Evropský trh je zásobován velkým množstvím výrobků, proto Evropská unie a jednotlivé státy vynakládají úsilí na ochranu spotřebitele a snaží se zabránit vstupu nekvalitních výrobků na trh, které by mohli ohrozit bezpečnost, zdraví spotřebitele. I přesto se takové výrobky na trh dostanou.

Jedním typem ochrany spotřebitele před nebezpečnými výrobky je dle [45] logo CE. Jedná se o evropské označení, které prokazuje shodu s normami pro bezpečnost výrobků a potvrzuje, že výrobek splňuje stanovené požadavky dané evropskými směrnici. Pokud se prokáže shoda vlastností výrobku s požadovanými vlastnostmi podle evropské směrnice, výrobce umísťuje logo CE na výrobek.

Bohužel se na to dnes už také nelze s jistotou spoléhat, protože se logo často falšuje a objevuje se na neschválených výrobcích. Označení CE dle poslankyně Evropského parlamentu Zuzany Roithové [9], „existuje již 15 let, přesto stále není registrováno. Evropská unie k tomuto kroku nemá legislativní rámec na rozdíl od USA. Pokud by došlo k registraci, výrazně by se tím usnadnil boj proti jeho zneužívání. Právě čínské výrobky často používají téměř totožnou značku CE s vysvětlením, že jde o zkratku „China Export“. Nicméně tato značka neexistuje. U falešného loga jsou písmena vytištěna příliš blízko sebe, ale spotřebitel to jen těžko rozezná.“ Na obrázku 1.1 je správné grafické vyhotovení značky CE, které musí mít stanovené proporce. Obrázek 1.2 je falešné značení CE - „China Export“.



Obrázek 1.1: Grafické vyhotovení evropské značky shody CE



Obrázek 1.2: Značka CE „China Export“

Celý problém dle [9] s nekvalitními výrobky na trzích řeší Evropská unie spolu s Čínou, kteří se rozhodli zajistit bezpečnost běžných výrobků pro spotřebitele. Zlepšit chtějí hlavně informovanost o závadných výrobcích.

1.4.2 Opatření EU pro ochranu spotřebitele

Evropská unie zavedla opatření pro lepší informovanost o kvalitě výrobků nabízených na evropském trhu prostřednictvím databáze RAPEX, viz. obrázek 1.3. Dle [10] se jedná o výstražný informační systém o nebezpečných spotřebitelských výrobcích nepotravinářského charakteru, s výjimkou farmaceutických výrobků. Pomocí tohoto systému se oznamují rizika, která by mohla vést k ohrožení zdraví nebo bezpečí spotřebitelů, kteří by s nebezpečnými výrobky mohli přijít do kontaktu. Smyslem tohoto systému je zajistit rychlou výměnu informací mezi členskými státy Evropské unie a Komisí o opatřeních, které státy přijaly. Tato opatření mají zabránit a omezit uvádění nebezpečných výrobků na trh.

Varovný systém RAPEX byl ustanoven dle [5] směrnicí 2001/95/EC Evropského parlamentu a Rady o všeobecné bezpečnosti výrobků. V České republice je pod zákonem č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků a nebezpečných nepotravinářských výrobků.

Vstupem do Evropské unie se Česká republika prostřednictvím České obchodní inspekce zapojila do spolupráce v tomto systému. Česká obchodní inspekce dle [10], na svých webových stránkách odkazuje spotřebitele na kopii této databáze přeloženou do češtiny, která je i k dispozici na stránkách Sdružení ochrany spotřebitelů ČR, nebo odkazuje na webové stránky Evropské Komise, kde jsou uvedeny informace o závadných výrobcích v anglickém jazyce.

Dostupnost informací o této databázi je dobrá, přesto nejsou příliš rozšířené v povědomí spotřebitelů. Lidé vyhledávají a získávají informace o výrobcích více z referencí výrobců nebo přímo od uživatelů. Celkově více shánějí informace o kvalitě výrobků například z časopisů, televizních pořadů, internetu, než od České obchodní inspekce, popřípadě přímo z databáze RAPEX.



Obrázek 1.3: Značka databáze RAPEX

Kromě Evropské unie má i Čína zájem o dodávání bezpečných výrobků na evropský trh. Proto bylo dle [9] v lednu 2006 podepsáno Memorandum o porozumění generální bezpečnosti výrobků mezi Čínou a Evropskou unií. Jedná se dle [63] o smlouvu uzavřenou mezi Evropskou komisí pro zdraví a ochranu spotřebitele s Čínským generálním úřadem pro kontrolu kvality, inspekci a karanténu (AQSIQ). Memorandem se Čína zavázala zajišťovat bezpečnost výrobků, především těch, které se vyvážejí do zemí EU. Jedním z pomocných nástrojů, je tzv. RAPEX-hina. Jedná se o on-line databázi nebezpečných výrobků pocházejících z Číny. Informace ze systému RAPEX-hina jsou k dispozici systému AQSIQ a proto může Čína ihned zasáhnout, dozví-li se o nebezpečných výrobcích. Díky této spolupráci byla již zajištěná v mnoha případech nápravná opatření, tedy i značný pokrok v boji proti uvádění nebezpečných výrobků na evropský trh.

Účast všech členských států v systému, dle [5] průběžně vyhodnocuje Výbor pro směrnici o všeobecné bezpečnosti výrobků Evropské komise a zkušenosti z jeho provozu jsou podkladem pro další úpravy evropské legislativy.

Pro nebezpečné výrobky potravinářského charakteru existuje dle [58] též databáze, která je systémem rychlého varování pro potraviny a krmiva mezi členskými státy Evropské unie, Evropskou Komisí a Evropským úřadem pro bezpečnost potravin. Jedná se o databázi RASFF, viz. obrázek 1.4. Národním kontaktním místem v systému rychlého varování je v České republice Státní zemědělská a potravinářská inspekce.



Obrázek 1.4: Logo databáze RASFF

2 Zákonné požadavky na ochranu spotřebitele

Ochrana spotřebitele je dle [2] velmi důležitá a je základní podmínkou dobře fungujícího tržního hospodářství. Je zajišťována státem i sdružením na ochranu spotřebitelů. Stát vytváří koncepci ochrany spotřebitele spolu se zákony, které vznikají ve prospěch této ochrany. Sdružení na ochranu spotřebitelů vznikají jako dobrovolná činnost a jejich cílem je spotřebitele informovat, vychovávat je k odpovědnému rozhodování a prosazovat jejich zájmy ve státních orgánech. Například při vytváření zákonů, norem, nařízení vlády a vyhlášek.

U jakosti výrobků či služeb závisí na výrobci nebo dodavateli, jakou zákazníkům nabídne a také na zákazníkovi, zda pro něho nabízená úroveň jakosti bude zajímavá a něčím přínosná. Především i ve vztahu k prodejní ceně. Protože nelze vždy spoléhat na správné morální zásady výrobce, je stát nucen větší či menší mírou zasahovat do svobody producenta ve vztahu k podobě výrobků a služeb. Cílem je chránit spotřebitele před různými riziky spojenými s bezpečností výrobků.

Evropská unie v souvislosti se zabezpečením volného trhu se zbožím a službami sjednotila legislativní požadavky týkající se všeobecné odpovědnosti za výrobek směrnicí Rady ES 85/374/EEC a směrnicí 92/59/EEC o všeobecné bezpečnosti výrobků. Podle této směrnice mají členské státy Evropské unie povinnost přijmout potřebné zákony, předpisy a administrativní opatření, které stanovují výrobcům i distributorům uvádět na trh jen výrobky bezpečné. Další povinností států je ustanovit kontrolní orgány a vybavit je potřebnými pravomocemi.

2.1 Sdružení na ochranu spotřebitelů

Aby byla zajištěna ochrana spotřebitele, nelze jen spoléhat na zákony a nařízení vlády, které výrobcům, distributorům, prodejcům stanovují povinnost uvádět na trh bezpečné výrobky, protože řada z nich tyto povinnosti nedodržuje. Z tohoto důvodu vznikají neziskové organizace, tzv. sdružení na ochranu spotřebitelů, které hájí zájmy spotřebitelů a přispívají k jejich ochraně.

Sdružení na ochranu spotřebitelů dle [2] mají svou světovou nezávislou organizaci CI, která stanovila osm základních práv, ze kterých vyplývají povinnosti spotřebitelů. Spotřebitel se musí chovat aktivně, tj. zajímat se o informace a na jejich základě se racionálně rozhodnout, pracovat ve sdružení spotřebitelů, dodržovat ekologická pravidla, aktivně uplatňovat své nároky, starat se o své zdraví.

V České republice existuje řada sdružení na ochranu spotřebitelů. Je to například občanské sdružení SOS (Sdružení ochrany spotřebitelů) dle [14] shromažďuje, zpracovává a rozšiřuje informace související s ochranou spotřebitele, zajišťuje dodržení bezpečnosti potravinových i nepotravinových výrobků a dále upozorňuje příslušné státní orgány na výskyt nebezpečných produktů. Jednou z činností SOS je poskytování rad spotřebitelům, vydávání časopisu SOS magazín, umožňuje spotřebitelům se sdružit, je aktivně zapojeno v systému mimosoudního řešení sporů, podporuje spotřebitelské vzdělání, spolupracuje mezinárodně, atd.

Dále občanské sdružení spotřebitelů TEST dle [15] je neziskovou organizací s cílem chránit spotřebitele a je obdobou občanského sdružení SOS. Vydává časopis, kde uvádí porovnávací testy výrobků nabízených na českém, respektive zahraničním trhu. Zkoušky jsou prováděny na výrobcích zakoupených v běžných obchodech a probíhají ve zkušebnách a laboratořích v České republice i zahraničí. Testování probíhá podle postupů, které zaručí objektivní výsledky posouzení v oblasti kvality, bezpečnosti a zdravotní nezávadnosti výrobků. Sdružení spotřebitele informuje dále o jeho právech a povinnostech a obsahuje celou řadu informací týkajících se této oblasti. Kromě toho má sdružení TEST podobnou databázi s informacemi o nebezpečných výrobcích jako je databáze RAPEX. S tím rozdílem, že v ní poskytuje informace o výrobcích založené na vlastním zjištění.

2.2 Způsoby, jimiž jsou chráněni spotřebitelé v České republice

V České republice je dle [2] Ministerstvo průmyslu a obchodu tím, kdo stanovuje představy týkající se spotřebitelské politiky. Jedním z cílů této politiky je například chránit bezpečnost života, zdraví a ekonomických zájmů občanů, podporovat rozvoj mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, rozvíjet aktivity související s realizováním udržitelného rozvoje spotřeby, zvýšit činnost tržního dozoru aj. Součástí je i podporování rozvoje registrovaných sdružení na ochranu spotřebitele.

Na území České republiky vychází ochrana spotřebitele z občanského zákoníku a ze zákona o ochraně spotřebitele. Zákon o ochraně spotřebitele je zaměřen na prodej výrobků a poskytování služeb. Dále pak stanovuje některé podmínky podnikání důležité pro ochranu spotřebitele. Standardní i specifické požadavky pro ochranu spotřebitele vycházejících z požadavku směrnic Evropské unie o nekalých podmínkách ve

spotřebitelských smlouvách sjednaných mimo provozovnu a na dálku, jsou zařazeny prostřednictvím občanského zákoníku do právního řádu České republiky.

2.2.1 Zvýšená ochrana před nebezpečnými výrobky

Kromě standardních požadavků se dle [2] k výrobkům vztahují i vyšší požadavky na ochranu spotřebitele, které se týkají pouze rizikových výrobků. Tedy tzv. regulované oblasti, to znamená určitého okruhu výrobků, které by mohly ohrozit obecný zájem, tj. například bezpečnost, či zdravotní a ekologickou nezávadnost. Bylo vytipováno 19 rizikových skupin výrobků, jako jsou např. hračky, plynová zařízení, stavební výrobky a konstrukce, strojní zařízení, osobní ochranné pomůcky, zdravotnická zařízení, výtahy, výletní lodě, výbušniny pro civilní využití aj. Zákonem č.22/1997 Sb. o technických požadavcích na výrobky podle platného znění, přizpůsobila Česká republika svou legislativu týkající se regulované oblasti požadavkům Evropské unie.

Technickými požadavky se rozumí technické specifikace. Ty jsou obsaženy v právním předpisu nebo normě, ve kterých jsou uvedeny požadavky na vlastnosti výrobku. Mezi tyto vlastnosti patří stupeň kvality, užitné vlastnosti, bezpečnost, rozměry, zkoušení výrobků a zkušební metody, požadavky na balení aj. Podle zákona o technických požadavcích na výrobky se mohou brát i požadavky jiné, nezbytné pro ochranu spotřebitele. Může se to týkat například životního cyklu výrobku po jeho uvedení na trh nebo podmínek používání, recyklace, zneškodnění výrobku.

Další právní předpis je technický předpis, který obsahuje technické požadavky na výrobky anebo upravuje povinnosti při uvádění výrobku na trh, při jeho používání a může zakazovat výrobu, dovoz, prodej nebo používání určitého výrobku.

Kromě regulované oblasti, existuje i neregulovaná. Ta uznává zkoušky a vydané certifikáty k výrobkům, které byly odzkoušeny akreditovanými zkušebnami. Pod pojmem akreditace se rozumí oficiální uznání o tom, že subjekt akreditace je způsobilý provádět specifické činnosti. V České republice provádí akreditaci Český normalizační institut pro akreditaci.

Aby byla zabezpečena bezpečnost výrobku, musí výrobek splňovat požadavky zvláštního právního předpisu a mezinárodních smluv. Pokud takový předpis pro výrobek neexistuje, je za bezpečný považován takový, který odpovídá české technické normě, nebo odpovídá stavu vědeckých a technických poznatků v době uvedení na trh.

2.2.2 Požadavky a předpisy pro výrobky

Každý výrobce nebo dovozce musí dle [2] ještě než uvede výrobek na trh, vydat písemné prohlášení, které vyjadřuje shodu vlastností výrobku s technickým předpisem a o dodržení stanoveného postupu při prokazování shody. Stanovené výrobky se nesmí dostat na trh bez písemného ujištění výrobce nebo dovozce, že prohlášení o shodě bylo vydáno. Posouzení o shodě stanovených výrobků s požadavky kladenými technickými předpisy provádí státní zkušebnictví.

Stát pomocí technické normalizace zasahuje do zabezpečování jakosti. Technickou normalizací se rozumí technické normy. To jsou kvalifikovaná doporučení obsahující technické specifikace nebo kritéria, pravidla, definice, popřípadě i kritéria bezpečnosti materiálů, výrobků, postupů a služeb. Jejich dodržování je dobrovolné a přináší výhody nejen výrobcům produktů, poskytovatelům služeb, ale i uživatelům.

Normalizační aktivity se odehrávají na národní a mezinárodní úrovni. Mezinárodní normalizační organizace - ISO vydává normy mezinárodní. Evropská komise pro normalizaci CEN, Evropská komise pro normalizaci v elektronice - CENELEC a Evropský institut pro telekomunikační normy - ETSI vydává normy evropské.

Tvorba a vydávání norem jsou v České republice upraveny zákonem č. 22/1997 Sb. o technických požadavcích na výrobky v platném znění a o změně a doplnění některých zákonů, novelizovaný pod č. 71/2000 Sb. Technické normy platné v České republice nesou označení ČSN. Jsou nezávazné a povinnost dodržování některých norem je dáno závaznými právními předpisy. Takové normy se pak nazývají harmonizované. Ty odpovídají evropským normám harmonizovaným k jednotlivým směrnici nového přístupu pro posuzování shody vlastností výrobků s technickým předpisem. V české republice má vydávání českých technických norem na starost Český normalizační institut ČSNI.

2.3 Zákony a právní předpisy pro práci České obchodní inspekce při zajišťování ochrany spotřebitele

Jako kontrolní dozorový orgán pro zajištění bezpečnosti na trhu, byla pověřena Česká obchodní inspekce. Ta se při výkonu své činnosti řídí dle [12] základními obecně závaznými právními předpisy. Jedná se o zákony, nad jejichž plněním ve vymezeném rozsahu vykonává dozor:

- Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekce, v platném znění.

Tento předpis zřizuje Českou obchodní inspekci, vymezuje její dozorové kompetence a její pravomoci vůči kontrolovaným osobám. Zákon dále opravňuje ředitele inspektorátu České obchodní inspekce postihovat protiprávní jednání.

- Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění

Zákon stanovuje některé podmínky podnikání, které jsou významné pro ochranu spotřebitele. Dojde-li k jejich nedodržení, jedná se o správní delikt a může být potrestaný sankcí. Jde o různorodé povinnosti podnikatele, jako příklad poctivost prodeje a poskytování služeb, zákaz diskriminace spotřebitele, řádné označení provozovny apod. Zákon o ochraně spotřebitele nepředstavuje úplný přehled práv spotřebitele, respektive jim odpovídajících povinností podnikatele. Další ustanovení spotřebitelského práva lze nalézt v jiných předpisech, ať již v oblasti práva soukromého nebo veřejného. Zákon o ochraně spotřebitele nereguluje všechny způsoby podnikatelské činnosti, to se týká tzv. svobodných oblastí povolání, např.: advokacie, daňové poradenství.

- Zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, v platném znění

Tento zákon stanovuje povinnosti a mechanismy, kterými se zajišťuje, aby se na trhu nevyskytovaly výrobky nebezpečné pro spotřebitele. Dozorem nad plněním zákona provádí různé orgány. Je to dáno tím, zda daný výrobek svou povahou spadá do jejich působnosti. Pokud nelze stanovit působnost žádného orgánu, je k provádění dozoru pověřena Česká obchodní inspekce.

- Zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky, v platném znění

Zákon formou nařízení vlády stanovuje určité skupiny výrobků, které před uvedením na trh musí projít posouzením o obecné bezpečnosti výrobků. Hlavní důvod je to, aby výrobek neohrožoval zdraví nebo bezpečnost osob, majetek nebo životní prostředí, popř. jiný veřejný zájem. Posouzení shody je ukončeno tím, že výrobek se opatřuje příslušným označením, typicky jde o písmena CE. Dozor nad zákonem o technických požadavcích na výrobky provádí ve většině oblastí Česká obchodní inspekce, ale může to být i jiný orgán stanovený zvláštním zákonem.

- Zákon č. 477/2001 Sb., o obalech, v platném znění

Smyslem tohoto zákona je chránit životní prostředí předcházením vzniku odpadů z obalů. Česká obchodní inspekce kontroluje plnění povinností, které se týkají prevence,

uvádění obalů na trh nebo do oběhu, jejich označování a opakovaného použití, s výjimkou obalů kosmetických prostředků, obalů, které přicházejí do přímého styku s potravinami, obalů léčiv a obalů surovin pro přípravu humánních léčivých přípravků. Dohlíží na osoby, které dodávají obaly nebo balené výrobky na trh nebo do oběhu prodejem spotřebiteli, zda zajišťují zpětný odběr obalů. Také kontroluje zajištění prodeje nápojů ve vratných zálohovaných obalech u právnických nebo fyzických osob oprávněných k podnikání, které uvádějí balené nápoje na trh nebo do oběhu prodejem spotřebiteli.

- Zákon č. 86/2002 Sb., o ochraně ovzduší, v platném znění

Jedním z orgánů ochrany ovzduší je i Česká obchodní inspekce. Přičemž do její kompetence spadá kontrola kvality paliv na vnitřním trhu a kontrola prodeje regulovaných látek a výrobků, které je obsahují, podle hlavy III zákona (Ochrana ozonové vrstvy země).

- Zákon č. 311/2006 Sb., o pohonných hmotách, v platném znění

České obchodní inspekce kontroluje a monitoruje jakosti pohonných hmot určených pro pohon motorových vozidel. Informace o výsledcích předává Ministerstvu průmyslu a obchodu.

- Zákon č. 379/2005 Sb., o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami, v platném znění

Česká obchodní inspekce kontroluje plnění tohoto předpisu, jde-li o alkohol (Hlava III zákona).

- Zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních, v platném znění

Úkolem České obchodní inspekce v rámci tohoto zákona je kontrola dodržování zákona z hlediska správného značení tabákových výrobků, dodržování zákazu prodeje lihovin a tabákových výrobků mimo provozovny zkolaudované k prodeji zboží či poskytování hostinských služeb, a též z hlediska značkování a barvení vybraných minerálních olejů.

- Zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru, v platném znění

Zákon popisuje pojem spotřebitelského úvěru a dále stanovuje náležitosti úmluv, kterými se sjednává. K snazšímu porovnávání jednotlivých spotřebitelských úvěrů na trhu se zavádí ukazatel roční procentní sazby nákladů. Kromě toho zákon dále upravuje

další práva spotřebitele spojená s poskytnutím spotřebitelského úvěru. Jediným dozorovým orgánem nad tímto zákonem je Česká obchodní inspekce. V případě sporu se lze plnění druhé smluvní strany domáhat soudní cestou, včetně určení přiměřeného snížení plateb při předčasném splacení.

- Zákon č. 189/1999 Sb., o nouzových zásobách ropy, v platném znění

Česká obchodní inspekce je jedním z orgánů, které by měli na starost kontrolu plnění povinností stanovených pro případ stavu nouze vzniklého z nedostatku ropy a ropných produktů.

- Zákon č. 253/2008 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu, v platném znění

Tento zákon opravňuje Českou obchodní inspekci kontrolou u osob oprávněných k obchodování s použitým zbožím nebo ke zprostředkování takových obchodů či přijímání věcí do zástavy a dále u osob oprávněných k obchodování s kulturními památkami nebo s předměty kulturní hodnoty nebo ke zprostředkování takových obchodů.

- Zákon č. 56/2001 Sb., o podmínkách provozu vozidel na pozemních komunikacích, v platném znění

Zákon stanovuje kompetenci České obchodní inspekce ke kontrole plnění informační povinnosti ohledně spotřeby pohonných hmot a emisí CO₂ u nově vyrobeného osobního automobilu.

- Zákon č. 247/2006 Sb., o omezení nočního provozu zastaváren a některých jiných provozoven v noční době, v platném znění

Tímto zákonem je stanoven zákaz nákupu a prodeje veškerého použitého zboží nebo zboží bez dokladu nabytí, přijímání tohoto zboží do zástavy nebo zprostředkování jeho nákupu či přijetí do zástavy a výkupu odpadu v zařízeních určených ke sběru a výkupu odpadů v době mezi 22. a 6. hodinou. Dozorovým orgánem je vedle živnostenského úřadu rovněž Česká obchodní inspekce.

Úřední postupy upravují dále ještě zákon č. 500/2004 Sb., správní řád, v platném znění a zákon č. 552/1991 Sb., o státní kontrole, v platném znění.

2.4 Postoj České republiky ke kvalitě výrobků

Nejen Evropská unie vytváří ochranná opatření pro spotřebitele, v České republice je vytvořený program sdružující značky kvality, který spotřebiteli nabízí záruku kvality a bezpečnosti výrobků.

Jedná se o program Česká kvalita, logo viz. obrázek 2.1. Jeho hlavním cílem dle [17] je zlepšit informovanost spotřebitelů a zviditelnit kvalitní výrobky a služby na českém trhu. Dále umožňuje spotřebiteli lepší orientaci v nabízených produktech. Proto se zavedl jednotný systém značek kvality, který je odlišuje od klamných označení používaných některými dodavateli. Tím dostávají šanci pro uplatnění na domácím i zahraničním trhu i malé a střední firmy, které dbají na kvalitu svých produktů. Tímto způsobem dosáhnou lepšího uplatnění na domácím i zahraničním trhu.

Hlavní princip spočívá v tom, že na trhu se může objevit nekonečné množství značek kvality různých společenstev, sdružení a cechů. Jednou ze zásadních podmínek, které musí značky splňovat je fakt, že základní kvalitativní ukazatele ověřuje vždy třetí nezávislá strana. Každá značka má svého správce. Jde o organizaci, která danou značku propůjčuje.

Po dobu platnosti licence na používání značky mají výrobci povinnost zajistit stálost kvality certifikovaných výrobků. Správci značek mají právo kontrolovat certifikované výrobky formou inspekční návštěvy, při které se odebere vzorek a v laboratořích se ověří, zda vzorky mají stálé vlastnosti a zda se neodchylují od bezpečnostních požadavků.

Českou kvalitou mohou být označeny kromě českých produktů i produkty vyrobené v zahraničí, ale pouze v případě, že splňují požadavky na kvalitu podle zásad Programu. Použití loga Programu Česká kvalita spolu se značkou kvality je povinností každého držitele značky. Tím potvrzuje důvěryhodnost značky. Program byl dle [60] přijat usnesením vlády České republiky. Na objektivitu, nestrannost a nezávislost systému dohlíží Řídící výbor složený ze zástupců spotřebitelských organizací, Hospodářské komory ČR, orgánů státní správy, Rady ČR pro jakost a České společnosti pro jakost. Výsledkem programu by měla být vyšší důvěra spotřebitelů v kvalitu výrobků a služeb.



Obrázek 2.1: Logo české kvality

2.4.1 Cíle programu Česká kvalita

Cílem programu Česká kvalita je dle Předkládací zprávy [13] „vytvořit podmínky pro:

- *Zavedení jednotného systému důvěryhodných značek kvality – Česká kvalita – zahrnujícího značky kvality, které jsou v České republice udělovány (propůjčovány) výrobkům nebo službám různými organizacemi (sdruženími, společenstvy, cechy, certifikačními orgány apod.),*
- *Zlepšení informovanosti spotřebitelů o nabídce kvalitních výrobků a služeb na domácím trhu,*
- *Vytvoření nástroje umožňujícího i podporu tuzemských malých a středních podniků, které věnují pozornost kvalitě svých produktů, zájemců o značku kvality, z veřejných zdrojů,*
- *Zlepšení image českých firem v zahraničí, kde je získání značky dokladujícím ověřenou kvalitou převážně vysoce hodnoceno,*
- *Ekonomické zabezpečení propagace programu Česká kvalita.“*

Tento program již sdružuje 19 značek.

2.4.2 Značky Programu Česká kvalita

Jednou ze značek začleněných do Programu Česká kvalita je “Bezpečná a kvalitní hračka“ dle [18], která řeší problematiku se závadnými hračkami pro děti, viz. obrázek 2.2. K vytvoření této značky vedlo ohrožení dětí a bezmoc rodičů při výběru hraček. Výrobci tak sdělují odběrateli a kupujícímu, že se jedná o výrobky se zvýšenou úrovní bezpečnosti a kvality. Hračky opatřené touto značkou splňují

požadavky norem týkajících se bezpečnosti hraček, vyhlášky Ministerstva zdravotnictví o hygienických požadavcích na hračky a výrobky pro děti do 3 let a dalších vyhlášek, které upravují použití některých chemických látek. Dále musí vyhovět požadavkům na kvalitu, které určuje Zkušební ústav lehkého průmyslu podle druhu hračky. Současně je prověřován i systém kvality výroby. Značku garantuje Technický a zkušební ústav stavební Praha, sp. - odštěpný závod Zkušební ústav lehkého průmyslu.

Další značkou patřící do programu Česká kvalita je „Zdravotně nezávadná obuv - bota pro Vaše dítě“ s logem žirafy dle [46], viz. obrázek 2.3. Tato značka je dobrovolnou certifikací pro dětskou obuv vyrobenou u nás i k nám dovezenou, kterou zavedla Česká obuvnická a kožedělná asociace se sídlem ve Zlíně roku 1997, která je také správcem značky a spolupracuje s ITC - Institutem testování a certifikace. Tým odborníků ve spolupráci s Českou ortopedickou společností stanovil dle [17] kriteria pro certifikaci výrobků. Na konstrukční parametry certifikovaného typu dohlíží lékař ortoped a kvalifikovaný antropolog. V komisi, jejímž úkolem je obuv zhodnotit, je přítomen pracovník biomechanické laboratoře, pracovník hygieny a obuvnický technik. Obuv, která prošla certifikačním řízením, tedy odpovídá požadavkům na ortopedickou a hygienickou nezávadnost výrobků, je označena visačkou s tímto logem.



Obrázek 2.2: Logo Bezpečná a kvalitní hračka



Obrázek 2.3: Označení zdravotně nezávadné obuvi

Dále se na trhu objevují další certifikační značky jako je „Bezpečná hračka“ dle [47], viz. obrázek 2.4. Projekt byl zorganizován Italským institutem pro bezpečnost hraček (IISG), který hledal partnera pro rozšíření ve východoevropských zemích. Proto oslovil Institut pro testování a certifikace (ITC) v České republice, která se roku 2004 stala dalším z řady koncesionářů projektu. Umožňuje tak českým výrobcům i prodejcům označovat vysoce kvalitní a bezpečné hračky žlutým logem s tímto

nápisem. Tato značka je určena pro všechny hračky definované Směrnicí Rady 88/378/EEC. Správcem značky je ITC - Institut pro testování a certifikaci, a. s. Zlín.

Značka CZECH MADE je dle [18] zavedena pro ocenění řady různých, blíže nespecifikovaných výrobků a služeb, viz. obrázek loga 2.5. Vyjadřuje, že výrobek nebo služba byly ověřeny nezávislým orgánem a splňují stanovená kritéria a vlastnosti odpovídající požadavkům kvalitních výrobků a služeb na českém trhu. V oblasti služby zajišťuje, že se jedná o službu poskytovanou podnikatelem registrovaným v České republice. Dále také odpovídají současným požadavkům z hlediska ekologie a spotřeby energie. Správcem služby je Sdružení pro Cenu ČR za jakost.



Obrázek 2.4: Logo bezpečné hračky



Obrázek 2.5: Logo CZECH MADE

Další značkou sdružující se v Programu Česká kvalita je dle [18] Ekologicky šetrný výrobek/služba, viz. obrázek 2.6. U takto označeného výrobku jsou minimalizovány nepříznivé vlivy na životní prostředí a na zdraví spotřebitele. Výrobky musí splňovat přísnější normy, vztahující se na vliv na zdraví a životní prostředí, než vyžaduje zákon od výrobků ostatních. Značka je garantována Ministerstvem životního prostředí. Odpovědným výkonovým orgánem, který značku uděluje, je CENIA - česká informační agentura životního prostředí.

Značka APEK - cetrifikovaný obchod je dle [18] značkou kvality služeb internetových obchodů, viz. obrázek 2.7. Tyto obchody vyhovují certifikačním pravidlům asociace pro elektronickou komerci APEK, které jsou v souladu s celosvětovými standardy B2C e-commerce. Certifikační pravidla byla vytvořena skupinou odborníků působících v elektronické komerci a byla schválena a doporučena jako oborový standard předsednictvem APEK a členskou základnou asociace. Obchody označené touto značkou zajišťují svým zákazníkům bezpečnost prováděného nákupu, ochranu citlivých dat, informovanost zákazníka o každé prováděné operaci v průběhu nákupu na internetu, zajištění zpětné vazby na nezávislou organizaci.



Obrázek 2.6: Logo Ekologicky šetrný výrobek



Obrázek 2.7: Logo APEK- Certifikovaný obchod

Značkou Kvalitní a bezpečná montáž, viz. obrázek 2.8, držitel dle [18] vyjadřuje, že poskytuje služby na dobré úrovni, které vyhovují požadavkům Evropské unie. Dále je zárukou, že držitel značky poskytuje v oblasti elektromontážních prací služby, které jsou provedeny kompetentním personálem, jsou bezpečné a ověřené zkouškami podle předpisů, využívají kvalitních a spolehlivých komponentů, jsou provedeny postupem šetrným pro životní prostředí a bezpečné pro zpracovatele. Kritéria pro udělování značky vychází z evropských předpisů a dalších specifických požadavků, vytvořených ve spolupráci s Uníí elektrotechniků ČR. Garantem značky je Elektrotechnický zkušební ústav.

Značka CG - značka kvality výrobků pro plynárenství, viz. obrázek 2.9 dle [18]. Uživatelům a spotřebitelům prokazuje shodu s požadavky na bezpečnost, funkčnost a kvalitu výrobků. Vztahuje se na výrobky a technologie v oboru plynových zařízení, zařízení souvisejících, dále na výrobky pro plynárenství a pro firmy provádějící montáže a opravy plynových zařízení. Splnění těchto požadavků se dá zjistit pouze komplexním posouzením kvality, tj. bezpečnosti, provozu-schopnosti a spolehlivosti. Značku garantuje GAS s r. o.



Obrázek 2.8: Logo Kvalitní a bezpečná montáž



Obrázek 2.9: Logo CG – značka kvality výrobků pro plynárenství

Spotřebitelská značka Nábytek - česká kvalita viz. obrázek 2.10., označuje dle [18] výrobek, který byl přezkoumán kvalifikovanou institucí z hlediska jeho kvality, užitné hodnoty a bezpečnosti. Značka je propůjčována výrobcům nábytku registrovaným v ČR. Ověřování kvality provádí akreditovaná zkušební laboratoř. Značku propůjčuje Asociace českých nábytkářů.

Logem ČSN TEST, viz. obrázek 2.11, se dle [18] značí různé výrobky, na které existuje česká technická norma obsahující požadavky na daný výrobek. U značky ČSN TEST se posuzuje bezpečnost a zároveň správná funkce výrobku. Český normalizační institut je garantem značky.



Obrázek 2.10: Logo Nábytek – česká kvalita



Obrázek 2.11: Logo ČSN TEST

Značka ESČ se dle [18] používá k označení elektrotechnických výrobků regulované i neregulované sféry, viz. obrázek 2.12. Vyjadřuje, že výrobky mají shodné vlastnosti s normami na elektrickou bezpečnost, které se vztahují na výrobky tohoto charakteru. Její udělování začalo již v roce 1926 a význam značky se prakticky nezměnil. V současnosti je značka zapsána u Evropské normalizační komise CENELEC jako česká značka shody s normami na elektrickou bezpečnost a je rovnocenná ostatním značkám významných světových zkušeben. Splnění požadavků a prověření místa výroby ověřují oprávněná zkušební a certifikační místa - nezávislé organizace akreditované Českým institutem pro akreditaci, o.p.s. Zkoušky i certifikaci výrobků provádí Elektrotechnický zkušební ústav.

HoReCa označuje dle [18] potravinové a nepotravinové výrobky výborné kvality určené pro hotely, restaurace a catering, viz. obrázek 2.13. Výrobky musí splnit technické a kvalitativní kritéria. Kritéria ve formě jakostních standardů stanovuje oddělení kvality MAKRO, standardy jsou nad rámec požadavků zákonů a vyhlášek platných v České republice. Ověření splnění kritérií ve výrobě provádí nezávislí držitelé požadovaných certifikátů podle postupů a standardů schválených společností

MAKRO/METRO. Výrobky označené touto značkou jsou v nabídce velkoobchodní sítě MAKRO/METRO a jsou přednostně určeny pro profesionální zákazníky z oblasti HoReCa. Značku spravuje MAKRO Cash and Carry ČR s r.o. - člen skupina METRO Group.



Obrázek 2.12: Logo ESČ



Obrázek 2.13: Logo Horeca Select

Označení Pečeť jakosti, viz. obrázek 2.14, se dle [18] používá pro označení služby, která umožňuje posoudit stav prodávaného ojetého vozidla podle předem daných kritérií a poskytuje tak skutečné informace o jeho technickém stavu. Vozidlo označené pečeti jakosti splňuje minimální předepsané standardy. Základem je podrobné posouzení stavu vozidla. Pomocí počítačového programu je vozidlo zařazeno do jednoho z pěti stupňů Pečetí jakosti. Nejvyšší stupeň je pátý a ručí za „Výborný stav ojetého vozidla“. Stav vozidla je dále podrobně popsán v protokolu o prohlídce vozidla a potvrzen vydáním „Certifikátu Pečetí jakosti“. Díky tomu mají zákazníci větší jistotu při koupi ojetého vozu. Značku garantuje Ústav silniční a městské dopravy a.s.

Spotřebitelská značka Podporované zaměstnání se dle [18] týká služeb, které pomáhají znevýhodněným lidem získat a udržet si zaměstnání na trhu práce, viz. obrázek 2.15. Zároveň splňuje standard kvality podporovaného zaměstnání. Při vyhledávání vhodné práce pro uchazeče, se vychází z jejich potřeb a z jejich představ o uplatnění v práci. Tato služba je určena hlavně lidem, kteří jsou ohroženi dlouhodobou nezaměstnaností. Například lidé se zdravotním postižením, kteří jsou nejvíce znevýhodňováni. Značka je udělena na základě výsledků šetření, které provede tým vyškolených hodnotitelů. Pokud žadatel splňuje standardy kvality podporovaného zaměstnání, správce rozhodne o propůjčení značky. Propůjčení je ve dvou stupních - Dobrá kvalita a Vynikající kvalita. Na poskytovatele služby, který získá tuto značku, pak dohlíží po dobu platnosti značky Česká unie pro podporované zaměstnávání a jednou za čas provádí kontrolu kvality.



Obrázek 2.14: Logo Pečeť jakosti



Obrázek 2.15: Logo Podporované
zaměstnání

QZ - Zaručená kvalita se dle [18] vyskytuje na textilních, oděvních a kožedělných výrobcích, dále mohou značku získat výrobci, prodejci, čistírny i prádelny. viz. obrázek 2.16. Takto označené výrobky odpovídají platným právním a technickým předpisům, jsou zdravotně nezávadné a jsou označené správnými symboly údržby. Garantem značky je SOTEX - sdružení pro označování textilu, oděvů a kožedělných výrobků. Činností SOTEX je rozšiřování a prosazování značení symboly údržby a značení kvalitních výrobků. Kritéria pro udělení značky stanovuje výkonný výbor SOTEX. Podkladem je udělení certifikátu vydaného akreditovaným certifikačním orgánem Textilního zkušebního ústavu v Brně.

SZUTEST-PRODUCT TESTED je dle [18] další značkou České kvality, kterou se označují výrobky spadající do oblasti pokrytých akreditacemi Strojírenského zkušebního ústavu, s.p, viz. obrázek 2.17. To jsou například kovoobráběcí, dřevoobráběcí stroje, elektrické i neelektrické nářadí, teplovodní kotle na plynná paliva, jízdní kola, sportovní potřeby, vybavení fitness center, dětských hřišť, hraček, nádobí, nábytku, žebříků, schůdků atd. Vlastnosti takto označených výrobků splňují bezpečnost a kvalitu a byly prověřeny v laboratořích SZÚ, s.p.



Obrázek 2.16: Logo QZ-zaručená kvalita



Obrázek 2.17: Logo SZUTEST-PRODUCT
TESTED

Značkou TESCO - program kvality, se dle [18] označují výrobky, u kterých ručí za kvalitu Tesco Stores ČR a.s. a měli by být srovnatelné s kvalitou značkového zboží, ovšem s cenou o 20% nižší. Viz. obrázek 2.18. Kritéria jsou stanovena podle platných předpisů České republiky o bezpečnosti a nezávadnosti výrobků a vlastními předpisy o kvalitě. V současné době nejsou o této značce dostupné informace, je dokonce možné, že tato značka je již zrušená. Na stránkách garanta nejsou o této značce žádné informace.

Výrobky, označené logem OOPP SDH, jsou dle [18] osobní ochranné prostředky, viz. obrázek 2.19. Zajišťují ochranu spotřebitele, vhodnost užití, ergonomické aspekty a požadavky na ochranu životního prostředí při jejich použití. Sdružení dobrovolného hodnocení osobních ochranných pracovních prostředků (SDH OOPP) je garantem značky. Jeho snahou je ochrana spotřebitele, zaměstnance a zaměstnavatele zlepšováním úrovně osobních ochranných pracovních prostředků používaných v ČR a zároveň jsou respektovány požadavky příslušných norem a souvisejících předpisů, včetně nejnovějších poznatků vědy a techniky. Výrobek při hodnocení je nasazen do reálných podmínek, testovací pracoviště zaznamená zkušenosti, které pak hodnotí nezávislá odborná komise. Na základě ještě dalších dokumentů výroby provede hodnocení a v kladném případě, udělí značku kvality.



Obrázek 2.18: Logo TESCO-program kvality



Obrázek 2.19: Logo OOPP-Sdružení dobrovolného hodnocení osobních ochranných pracovních prostředků

Logo Certifikované služby IT, viz. obrázek 2.20, vyjadřuje dle [18], že držitel značky zajišťuje služby na dobré úrovni, která vyhovují požadavkům EU. Týká se odvětví informačních technologií. Značkou se potvrzuje, že dodavatel dodržuje českou normu ČSN ISO/IEC 20000 - 1: 2006 Informační technologie - Management služeb. Základem prověření plnění stanovených kritérií je hodnocení certifikačním orgánem Elektrotechnického zkušebního ústavu.



Obrázek 2.20: Cetrifikované služby IT

Dále k ochraně spotřebitelů přispívají i sdružení SOS, časopis TEST a veletrhy, na kterých je možné zakoupit výrobky od kvalitních výrobců.

Problematické závadných výrobků se věnují prakticky všechna média, uvádějí nebezpečné výrobky, nebo poskytují praktické informace a rady pro spotřebitele.

Každý rok dle [20] také probíhá veletrh hraček ITEA, v říjnu roku 2009 proběhl 21. ročník, na kterém byl k vidění kompletní kojenecký sortiment, stolní společenské hry, exponáty vhodné pro vybavení dětských hřišť i mateřských škol a mnoho dalších zajímavostí.

2.4.3 Ostatní značky kvality

Kromě značek sdružených v programu Česká kvalita existuje dle [14] další značení výrobků.

Jedná se o českou značku shody CCZ a CE, viz. obrázek 2.21. Toto označení se vyskytuje na nejrůznějších výrobcích, které odpovídají požadavkům evropské unie. CCZ se u nás používalo ještě před vstupem naší země do EU. Takto označený výrobek seženete pouze na českém trhu, protože podle zákona č.22/1997Sb., výrobek určený pro trh Evropské unie nesmí být označen značkou shody CE souběžně se značením CCZ, pouze CE.

Zakoupí-li si spotřebitel výrobek s logem národní značky kvality KLASA, viz. obrázek 2.22, může si být jistý, že koupil kvalitní český výrobek a současně podpořil domácí výrobu. Toto značení je uvedeno na potravinových výrobcích. Jedna z dalších úloh značky je kromě toho usnadnit spotřebiteli lepší orientaci v domácích produktech. Značka je udělována Ministerstvem zemědělství.



Obrázek 2.21: Označení CCZ a CE



Obrázek 2.22: Logo KLASA

Ochranná známka Český výrobek, viz. obrázek 2.23, se vyskytuje na jakémkoli druhu zboží. Vznikla v rámci projektu české firmy Český výrobek s.r.o. na podporu českých výrobků. Výrobek označený tímto logem dává záruku splnění přísných kritérií, které zaručují že: výrobek je vyroben v České republice, výrobce zaměstnává české zaměstnance, kteří se podílí na výrobě výrobku, ručí za jakost, bezpečnost a nezávadnost výrobků, dodržuje zákonné normy, platí daně a odvody na sociální a zdravotní pojištění na území České republiky, dodržuje reklamační řád, získal licenci na užívání ochranné známky Český výrobek pro konkrétní výrobky.

Logo Český výrobek, viz. obrázek 2.24, se může vyskytovat na jakémkoli druhu zboží. Je stoprocentní zárukou toho, že produkt je vyroben českou firmou a splňuje přísná kritéria, což je hlavní podmínkou k získání trvalého práva podniku označovat výrobky tímto znakem. Cílem je zvýšit zájem spotřebitelů a podpořit odbyt českých výrobků.



Obrázek 2.23: Logo Český výrobek



Obrázek 2.24: Označení Český výrobek

3 Bezpečné výrobky na českém trhu

Obecně je bezpečnost výrobků chápána dle Doc. Ing. Antonína Myšisky [16], „jako stav entity, v němž je při jejím užívání ke stanovenému účelu riziko poškození zdraví osob, životního prostředí nebo materiálních ztrát omezeno na přijatelnou úroveň. Bezpečnost je jeden z dominantních znaků jakosti entit (výrobků, procesů) z hlediska uspokojování stanovených a očekávaných potřeb především, ale nejen zákazníků, ale též společnosti (reprezentované státem), která požadavky na bezpečnost formuluje v podobě tzv. oprávněných veřejných zájmů v ochraně života a zdraví osob, životního prostředí, v předcházení velkým majetkovým ztrátám apod.

Východiskem jejího zabezpečení je vymezení odpovědností, zdrojů, postupů a procesů pro analýzy, hodnocení a snižování rizik.“

I přes snahu vynaloženou kontrolními orgány o zamezení výskytu závadných výrobků na trhu, se stává, že vlivem volnému pohybu zboží na světovém trhu a nízkému počtu celních kontrol v evropských přístavech, se do prodeje dostanou i výrobky závadné. Proto si spotřebitel musí dávat velký pozor při výběru zboží a dostatečně se informovat. Každý výrobek musí být označen dle [20] a opatřen těmito informacemi:

- názvem výrobku v českém jazyce,
- značkou shody CE,
- identifikačními údaji výrobce nebo dovozce,
- návodem použití a údržby ve správném jazyce.

Pokud tyto informace na výrobku nejsou uvedeny, nebo některá z nich chybí, neměl by si spotřebitel takový výrobek zakoupit. Naznačuje to, že produkt nemusí být kvalitní, pokud výrobce neuvádí některé informace. Potom se k výrobkům vztahují bezpečnostní předpisy, normy, zákony nebo dokonce technické normy, které musí splňovat. Pokud se shoda s nimi neprokáže, jsou staženy z trhu a určeny k likvidaci. Kontrolu v určitém rozsahu provádí Česká obchodní inspekce a další kontrolní orgány. Dojde-li k tomu, že takový výrobek si již spotřebitel zakoupí, má právo zboží reklamovat.

3.1 Obecné informace o závadných výrobcích

Závadným výrobkem dle [19], nebo-li zmetkem, rozumíme výrobky nevyhovující jakostním požadavkům, tj. technickým předpisům a normám.

Špatná jakost výrobků způsobuje škodu jak výrobcí, tak i spotřebiteli. U výrobce špatná jakost způsobuje například zdržování montáže, nedodržení dodací lhůty, narušení celozávodního plánu, zvýšení výrobních nákladů. Pro spotřebitele to znamená častější poruchy provozu, opravy strojů, jejich předčasné opotřebení nebo vyřazení a nahrazení novými.

Přímou příčinou vzniku závadného výrobku mohou být chybné technické údaje a výkresy ve výrobních dokumentech, nevhodně zvolené nebo vadné suroviny, nedostatečná kvalifikace dělnictva a administrativně-technologického personálu, nesprávné technologické metody. Nepřímou příčinou, která zaviní vznik zmetku, můžou být nevhodné pracovní podmínky, nesprávné instrukce dělnictvu, vady při provádění kontrol, pokles disciplíny ve výrobě, nesoulad v práci jednotlivých oddělení, nevhodná racionalizační opatření.

Tvorbě zmetků je nutno předcházet na všech pracovištích, musí zde probíhat kvalitní práce při vhodných podmínkách a s vhodnými pracovními pomůckami.

Důležitou součástí je také preventivní kontrola, která se uskutečňuje při vstupu zpracovávaných surovin, v průběhu celého výrobního cyklu a v neposlední řadě i na výstupu. Tou se zamezí použití vadných surovin a dalšímu zpracování ve výrobním procesu. Výstupní kontrola zajistí, aby se nevhodný výrobek nedostal ke spotřebiteli nebo mu byl případně přiřazen odpovídající stupeň kvality.

3.2 Hodnocení kvality, zdravotní a hygienické nezávadnosti výrobků

Výrobky určené k prodeji nebo pro získání certifikátu, certifikační značky musí projít kontrolou. K hodnocení výrobků dochází v laboratořích a provádí ji speciálně vyškolení pracovníci.

Protože výrobky můžeme zařadit do různých kategorií, například hračky, automobily, elektronika, kosmetika, potraviny apod., jsou pro každou z nich stanoveny jiné podmínky na kvalitu a hodnocení.

U hraček hodnotíme dle [25] fyzikální a mechanické, chemické a elektrické vlastnosti, hořlavost, hygienu a radioaktivitu.

Pro posouzení bezpečnosti kosmetických výrobků se dle [41] zjišťuje vliv na zdraví člověka, hodnotí se toxikologický profil jednotlivých použitých surovin pro výrobu, dávka a frekvence používání výrobku.

Zdravotnické výrobky jako jsou zdravotnické prostředky pro stomatologii - nástroje, vybavení, materiály, dentální implantáty; musí dle [42] splňovat chemické, fyzikální a biologické vlastnosti prostředků, mikrobiologickou čistotu/kontaminaci, konstrukci a vlastnosti ve vztahu k okolí, zdravotnické prostředky s měřicí funkcí, ochranu uživatelů a jiných fyzických osob před zářením, aj.

3.2.1 Závadné výrobky stažené z trhu v ČR

Výrobky nesplňující bezpečnostní požadavky podle stanovených norem apod., nalezneme ve všech možných oblastech zboží. Ať už to jsou například hračky pro děti, jídlo, kosmetika, kočárky, oblečení, pleny.

Jednou z příčin je malé množství kontrol dovoзовého zboží. Kontroly výrobků probíhají pouze na vnějších hranicích Evropské unie. Tím se snižuje možnost včasného zachycení nebezpečných výrobků, ještě před tím, než se dostanou ke spotřebiteli. Další příčinou je to, že Česká obchodní inspekce kontroluje zboží, teprve když je uvedeno na trh. Většinou zasahuje na základě oznámení nebo z vlastní iniciativy. Proto se často dochází k tomu, že si spotřebitelé již takový výrobek zakoupí a zpětně se dozvídají o jeho nebezpečí.

Vybrané výrobky, které nesplnily bezpečnostní požadavky, jsou uvedeny v příloze č. 2.

Pokud spotřebitel aktivně vyhledává informace o výrobcích, zajímá se i o závadné výrobky stažené z trhu, snižuje riziko ohrožení vlastního zdraví. Z dostupných informací je možné zjistit, jaké látky výrobky nesmí obsahovat, jaký důsledek může mít jejich přítomnost ve výrobku na zdraví člověka, nebo jak má výrobek správně vypadat, aby neohrozil bezpečnost uživatele. Pokud se o tyto informace spotřebitelé nezajímají nebo se s hodnocením kvality výrobků nesetkali, vystavují své zdraví vysokému riziku nebezpečí.

3.2.2 Normy vztahující se k výrobkům pro posouzení jejich způsobilosti

Obecné požadavky vztahující se k bezpečnosti, zdravotní nezávadnosti výrobků apod., jsou obsaženy v normách, směrnících, předpisech atd. Na každý výrobek se vztahují jiné předpisy. Dokonce některé patří do oblasti se zvýšeným rizikem ohrožení lidského zdraví, proto musí splňovat přísnější požadavky na bezpečnost.

Příkladem mohou být hračky určené dětem, které musí dle [25] zajišťovat základní bezpečnostní požadavky, bezpečnou konstrukci, bezpečné chemické složení, řádné označení posouzení shody CE, které vyjadřuje, že výrobek splňuje všechny technické požadavky, které se k němu vztahují. Dále musí být označeny věkovou skupinou, pro kterou jsou výrobky určeny či nevhodné, návody na použití a údaje o výrobcí/dovozci.

Základní požadavky na hračky jsou stanoveny harmonizovanými normami řady ČSN EN 71 - 1 až 71 - 11. V oblasti zkoušení se textilní hračky posuzují podle norem:

- ČSN EN 71 - 1 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 1: Mechanické a fyzikální vlastnosti.
- ČSN EN 71 - 2 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 2: Hořlavost
- ČSN EN 71 - 3 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 3: Migrace určitých prvků
- ČSN EN 71 - 6 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 6: Grafická značka pro varovné označení věkové skupiny
- ČSN EN 71 - 9 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 9: Organické chemické sloučeniny. Požadavky.
- ČSN EN 71 - 10 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 10: Organické chemické sloučeniny. Příprava vzorků a extrakce.
- ČSN EN 71 - 11 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 11: Organické chemické sloučeniny. Analytické metody.

Podle normy ČSN EN 71 - 3 (94 3095) Bezpečnost hraček. Část 3: Migrace určitých prvků se obsah formaldehydu stanovuje podle metod: Část 1: Volný a hydrolyzovatelný formaldehyd, Část 2: odštěpitelný formaldehyd (metoda absorpce vodní parou), Japonské metody MITI 122:1972, ČSN EN ISO 14184-1,2, STN 80 0290, GOST 25617 - 83, Vyhlášky MZ ČR č. 84/2001 Sb., příloha 10,12, STN 80 0055 (4.3) nebo STN 80 0054 (4.4).

Dále se k textilním hračkám váží požadavky hygienické, především pro hračky určené dětem do tří let, stanoveny vyhláškou Ministerstva zdravotnictví č. 84/2001 Sb., o hygienických požadavcích na hračky a výrobky pro děti ve věku do 3 let.

Ve vyhlášce Ministerstva zdravotnictví č. 84/2001 Sb., o hygienických požadavcích na hračky a výrobky pro děti ve věku do 3 let jsou dle [59] uvedeny hygienické požadavky na hračky a výrobky pro děti do 3 let. Součástí této vyhlášky je

dvanáct příloh, ve kterých jsou uvedeny hygienické požadavky vztahující se k jednotlivým materiálům.

V příloze č. 8 jsou uvedeny hygienické limity vyluhovacích zkoušek z plastů použitých pro výrobky pro děti. Obecně musí plast splňovat limit celkové migrace nejvýše 10 mg/dm², při vyluhování 1 dm² celkové plochy plastu do 100 ml destilované vody, při teplotě (37 ± 2) °C po dobu 24 hodin. Například obsah primárních aromatických aminů ve výluhu do destilované vody připravený předchozím způsobem u výrobků z polyuretanu nesmí u výrobků z polyuretanu překročit limit 0,05 mg anilinhydrochloridu/l. U pěnových materiálů se mohou vyluhovat 2 g materiálu do 100 ml destilované vody, při teplotě (37 ± 2) °C po dobu 24 hodin. Pokud se stanovuje obsah rizikových prvků v extraktech modulujících kyselý a alkalický pot, se pro stanovení hodnot musí vyluhovat 2 g plastu do 100 ml roztoků modelujících kyselý a alkalický pot při teplotě (37 ± 2) °C po dobu 4 hodin. Rizikové prvky jako je například arsen nesmí překročit max. 0,2 mg/kg, olovo max. hodnotu 0,2 mg/kg a rtuť max. 0,02 mg/kg apod.

Příloha č. 10 stanovuje limity vyluhovacích zkoušek z textilií a netkaných textilií použitých pro výrobky pro děti. Například obsah volného formaldehydu ve výluhu připraveného vyluhováním 2,5 g textilie nebo netkané textilie ve 100 ml destilované vody, která se vyluhuje po dobu 1 hodiny při teplotě (40 ± 2) °C, nesmí hodnota překročit 30,0 mg v 1 kg materiálu. Obsah primárních aromatických aminů stanovených výluhem do destilované vody podle předchozího popisu, nesmí v textiliích nebo netkaných textiliích překročit limit 0,05 mg anilinhydrochloridu/l. Pro stanovení obsahu rizikových prvků v extraktech modelujících kyselý a alkalický pot, se vyluhují 2 g textilie nebo netkané textilie do 100 ml roztoků modelujících kyselý a alkalický pot při teplotě (37 ± 2) °C po dobu 4 hodin. Obsah těchto rizikových prvků nesmí překročit tyto limity: arsen max. 0,2 mg/kg, olovo max. 0,2 mg/kg, kadmium max. 0,1 mg/kg, rtuť max. 0,02 mg/kg, celkový vyluhovatelný chrom max. 1,00 mg/kg, měď max. 25,00 mg/kg a jiné.

U přírodních usní a kožešin použitých pro výrobky pro děti, jsou hygienické limity vyluhovacích zkoušek stanoveny v příloze č. 11. Stanovují například obsah volného formaldehydu, který se stanovuje vytvořením výluhu 2,5 g přírodní usně nebo kožešiny ve 100 ml destilované vody po dobu 1 hodiny při teplotě (40 ± 2) °C. Obsažené množství nesmí překročit 30,00 mg v 1 kg materiálu. Pokud se stanovuje hodnota pH výluhu, musí se připravit třepáním 5 g rozmělněné přírodní usně nebo

kožešiny ve 100 ml destilované vody po dobu 6 hodin při teplotě (20 ± 2) °C. Hodnota nesmí překročit 3,5 - 8,5.

Hygienické limity vyluhovacích zkoušek na textilní materiály použité při výrobě hraček jsou definovány v příloze č. 12. Ve výluzích z textilních materiálů hraček, které jsou připravené vyluhováním 2 g textilie do 100 ml destilované vody po dobu 1 hodiny, při teplotě (40 ± 2) °C, nesmí překročit množství 30,00 mg/kg volného hydrolyzovatelného formaldehydu a 0,05 mg anilinhydrochloridu/l.

3.3 Vliv kvality výrobků na životní prostředí

Každý výrobek by měl splňovat veškeré kvalitativní požadavky, které se k němu váží. Protože cílem výrobců současné doby je spíše kvantitativní produkce namísto kvalitativní, důsledkem je fakt, že nabídka trhu převažuje nad poptávkou spotřebitelů.

U řady výrobců platí: „Vyrábíme takovým způsobem, aby se více prodávalo“. Příčinou může být použití moderních technologií nebo levnějších materiálů pro výrobu apod., které způsobí kratší životnost výrobku. Tím samozřejmě výrobci přispívají k zvýšení poptávky. Protože spotřebitelé se nefunkčních, nebo často poruchových výrobků jednoduše zbaví a nahradí je novými. Dále se to týká výrobků, které z důvodů zdravotní a hygienické závadnosti, jsou staženy z trhu a čeká je likvidace.

Tímto způsobem společnost přispívá ke vzniku odpadů, které se hromadí na skládkách, kde znečišťují půdu. Likvidací odpadu ve spalovnách unikají zplodiny, které znečišťují ovzduší apod. Převážná většina výrobků je vyrobena z chemicky špatně odbouratelných látek – plastů a likvidací těchto látek se přispívá k znečišťování životního prostředí. Kromě jiného ke znečištění životního prostředí přispívá i průmyslová výroba. Proto se v oblasti výroby zavádí opatření, která vedou k trvale udržitelnému rozvoji.

3.3.1 Ochrana životního prostředí

Pro ochranu životního prostředí je důležité vymyslet způsoby, jak vyrábět nebo nakládat s odpady tak, aby znečišťování přírody bylo minimální. Může to být vytvořením ekologicky šetrného výrobku, produktu ekologického zemědělství nebo účelným využitím odpadů, které podporují udržitelnou výrobu a spotřebu výrobků.

Odpadní materiály se dají často využít ještě jako surovina pro další výrobu. Záleží to na kvalitě a vlastnostech výrobku (odpadu), s tím je tedy nutno počítat už při

jeho navrhování a výrobě. V roce 2008 dle [26] byla evropským parlamentem schválena směrnice o odpadech. Ta uvádí způsoby nakládání s odpady. Jak je důležité předcházet vzniku odpadu, připravit odpad k opětovnému použití, recyklovat ho, využít jinak, například energeticky a v poslední řadě odstranit, pokud není jiná možnost.

To vše se odráží v environmentálním přístupu z hlediska výroby a životnosti výrobku. Používá se environmentální značení a prohlášení, které jsou dobrovolnými nástroji pro ochranu životního prostředí. Existují tři typy tohoto značení produktů v České republice.

Ekologické výrobky nebo bioprodukty, jsou ve srovnání s ostatními výrobky stejného charakteru, více však šetrné k životnímu prostředí. Ekoznačení je tedy nástrojem, kterým spotřebitelé i výrobci snižují negativní vlivy na sebe i přírodu a který zároveň umožňuje spotřebiteli lepší orientaci v široké škále výrobků.

3.3.2 Kontrolní zabezpečení environmentálního značení

Každý členský stát Evropské unie pověřuje určitý veřejný orgán nebo soukromé kontrolní organizace funkcí kontroly a dohlížení nad dodržováním stanovených předpisů. V případě ekoznaček dle [48], musí výrobky splňovat nařízení Rady Evropské unie 2092/1991 a zákon 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství. Právo na užívání ochranné ekologické známky u nás uděluje dle [61] Ministerstvo životního prostředí. Odborným a poradním orgánem ministerstva životního prostředí je Rada pro ekologicky šetrné výrobky. Jejím úkolem je posouzení návrhů na stanovení jednotlivých kategorií ekologicky šetrného výrobku, předkládání vlastních podnětů k případným revizím platných směrnic a podpora dalšího rozvoje Programu „Ekologicky šetrné výrobky“. Výkonným orgánem Programu dle [48], který předkládá Radě návrhy výrobců na udělení značky „Ekologicky šetrný výrobek“ a „The Flower“, je Agentura pro ekologicky šetrné výrobky. Jejím dalším úkolem je vést evidenci autorizovaných a akreditačních laboratoří a zkušeben, poskytovat informace veřejnosti, vést evidenci expertů a odborných pracovišť, atd.

Mezi další organizace, které se zabývají kontrolní a certifikační činností se zaměřením na ekologické zemědělství a biopotraviny jsou: nevládní nezisková organizace KEZ, o. p. s., společnost ABCERT (AB Cert GmbH) a Biokont s r. o.

3.3.3 Používané environmentální značení

Dle [29] existují tři typy environmentálního značení.

Mezi první typ značení, patří ekoznačky. Cílem programů, které udělují ekoznačky spotřebnímu zboží a službám je to, aby spotřebitel získal pravdivou informaci o vlastnostech označených výrobků nebo služeb. Tyto informace garantuje stát. Produkty mohou být označeny českou nebo evropskou ekoznačkou.

Tento program byl vytvořen podle zásad a postupů, které stanovuje mezinárodní norma ČSN ISO 14024 a Nařízením Evropského parlamentu a Rady ES č.1980/2000.

Druhým typem jsou vlastní environmentální tvrzení. Takové tvrzení mohou používat firmy, které postupují podle zásad normy ČSN ISO 14024. Může to být v podobě značky nebo sdělení uvedeného na výrobku, obalu nebo v technické dokumentaci. Tvrzení nesmí být nespolehlivé a klamné. U vlastního tvrzení je nepostradatelné to, že firma, která vydává takové tvrzení, musí být schopná každého přesvědčit o správnosti tvrzení. Vyjadřuje se prostřednictvím jasné, vědecky ověřené a dokumentované metodiky hodnocení.

Třetí prohlášení EPD má formu textového dokumentu, který je vypracovaný opět podle normy ČSN ISO 14024. Poskytuje informace založené na metodě posuzování životního cyklu výrobku. Obsahuje údaje o užívaných surovinách, výrobě základních materiálů, vlastní výroby produktu, přepravě ve všech fázích životního cyklu produktu, jeho užití, údržbě a recyklaci nebo likvidaci součástí produktu po skončení životnosti. Organizace tímto dokumentem sdělují, že jsou důvěryhodnými partnery, které kontrolují a řídí kvalitu a environmentální hlediska výrobního procesu i produktu. Pokud firma takový dokument vypravuje, získá data, která představují a charakterizují environmentální vlastnosti výrobku.

3.3.4 Environmentální značky

Ekoznačka „Ekologicky šetrný výrobek“, viz. obrázek 3.1, dle [48] je součástí Českého národního programu označování ekologicky šetrných výrobků, jehož garantem je Ministerstvo životního prostředí. Značku uděluje Agentura pro Ekologicky šetrný výrobek, která je součástí CENIE. Cílem programu je podpora ochrany životního prostředí prostřednictvím výrobků, které mají šetrnější dopad k přírodě. U výrobků se hodnotí nejen vlastnosti konečného produktu, jeho likvidace, celý výrobní cyklus včetně použitých surovin. Značka se vztahuje na převážně všechny výrobky, kromě jídla. Tedy

na papír, elektronické přístroje, prací prostředky aj. Také služby mohou být označené touto značkou, v takovém případě se liší pouze v nápisu.

Na obrázku 3.2 je dle [49] ekoznačka Evropské unie „The Flower - Květina“. Je uznávána všemi členskými státy EU, také Norskem, Lichtenštejnskem a Islandem. Součástí programu evropské ekoznačky je prověření výrobku nezávislou institucí. Posuzuje se celkový vliv výrobku na životní prostředí, těžbou surovin, počínaje a likvidací výrobku konče. Do programu již patří 23 výrobků a služeb a jejich okruh se stále rozšiřuje. Výrobky opatřené touto značkou jsou vysoké kvality a šetrné k životnímu prostředí, proto ji mohou získat jen nejlepší produkty.



Obrázek 3.1.: Ekoznačka programu
„Ekologicky šetrný výrobek“



Obrázek 3.2.: Ekoznačka EU, „The
Flower – Květina“

Existují dle [28] i klamná značení. Značkou, na obrázku 3.3 a 3.4, označuje výrobce produkty, které nemusejí být vždy ekologické. Značky nejsou certifikované a nemají žádného garanta. Výrobce si značky uděluje sám a pak už vše záleží na důvěře spotřebitele.



Obrázek 3.3.: Logo Ekologicky nezávadné



Obrázek 3.4.: Logo Ekologii ku prospěchu

Známka Bio je dle [28] značením pro výrobky potravinového charakteru, viz. obrázek 3.5. Garantuje, že pochází z kontrolovaného systému ekologického

zemědělství a byl prověřen oprávněným certifikačním orgánem, v tomto případě je společnost KEZ, o p. s., (Kontrola ekologického zemědělství). Odpovědným garantem je Ministerstvo zemědělství. Toto označení je používáno především na českých výrobcích a zaručuje, že potraviny neobsahují chemické látky, ochucovadla, barviva a syntetické konzervační látky a že se zvířaty bylo zacházeno vlídně a byla krmena pouze ekologicky vypěstovanými krmivy.

Společnost Kontrola ekologického zemědělství (KEZ, o p. s.) provádí dle [28] certifikaci výrobků. V případě že výrobky vyhovují požadavkům vztahující se na ekologické zemědělství, získají certifikát, který je opravňuje k používání rovněž i celoevropské značky Kontrolované ekologické zemědělství, viz. obrázek 3.6. Značka se týká ekologicky vypěstovaných potravin a je značkou celoevropskou. Je povinné pro všechny výrobky ekologického zemědělství v zemích EU.



Obrázek 3.5: Značka BIO-produkt ekologického zemědělství



Obrázek 3.6: Značka „Kontrolované ekologické zemědělství“

3.3.5 Ekovýrobky

Trendem dnešní doby je zdravý životní styl. Člověk tedy více dbá na ochranu svého zdraví a s tím roste i poptávka po ekologických výrobcích.

Na prodej biopotravin se na našem trhu specializují prozatím nejvíce malé speciální prodejny. Není až tak běžné, že by tyto výrobky nabízeli i velcí prodejci.

Zaměříme-li se na výrobky určené dětem, týkají se v první řadě hraček. Výrobou hraček vyrobených z biologicky odbouratelných látek se zabývá firma dle [30], která své produkty nabízí pod značkou KIKKO ® již od roku 1998. Výrobky splňují normy pro výrobky určené pro děti do 3 let věku a jsou držiteli potřebných osvědčení. Materiál, který se využívá při výrobě je ekologicky rozložitelný plast pod názvem EcolGreen PLA (PLA- Natureworks®) a je vyráběn z kukuřičného škrobu. Od

ledna 2009 začaly být výrobky této značky distribuovány i v ČR pod značkou KIKKO® ECO. Co se týče látkových hraček, pro výrobu se používají biotextilie-biobavlna. Do sortimentu výrobků, které tato značka nabízí spadají jak už bylo uvedeno hračky, viz. obrázek 3.7, obrázek 3.8; bryndáky, dětské pleny, viz. obrázek 3.9; oděvy, viz obrázek 3.10; boty, přikrývky, atd.



Obrázek 3.7: Kousátko bonbon



*Obrázek 3.8: Látková panenka Keptin
bílá*



*Obrázek 3.9: Ekologické jednorázové pleny
Wiona*



Obrázek 3.10: Polodupačky lobio

V oblasti odívání jsou též výrobky v biokvalitě. Můžeme se setkat s prodejem oděvů, pro jejichž výrobu byla použita pouze 100% biosurovina, nebo s výrobky ze směsových surovin, kde podíl biosuroviny se může pohybovat od 5% po 100%.

I přesto, že oblečení v biokvalitě není na našem trhu příliš rozšířené jako v zahraničí, lze sehnat kvalitní oděvy jak pro malé děti tak pro dospělé.

V souvislosti s ekovýrobky je možné sehnat i hygienické pomůcky, od dámských až po dětské, vyrobené z certifikované biobavlny. Výrobcem plenek v České republice je firma Haipa-daipa. Dále je možné sehnat ekologické kosmetické i šetrnější prací prostředky apod.

4 Kvalita oděvních a textilních výrobků

Oděv je prostředek, kterým se chráníme před přírodními vlivy okolí a zároveň jeho prostřednictvím vyjadřujeme svou osobnost i sociální skupinu, do které se řadíme. Trendem 21. století je starat se o sebe, vypadat co nejlépe a oblékat se podle aktuální módy. Přesto každý spotřebitel volí vlastní styl a módu, která je mu příjemná, ve které se cítí pohodlně a která odpovídá jeho požadavkům. Jediným faktorem, který ho při jeho volbě omezuje, jsou finanční příjmy.

Nabídka trhu je v oblasti oděvních a textilních výrobků rozmanitá. Převážná část oděvních výrobků nabízených na našem i evropském trhu je produkcí rozvojových zemí, Turecka, Bangladéše, Indie a asijských zemí, jako je Čína. V případě oděvů a textilních materiálů s vyšší přidanou hodnotou zůstávají významnými dodavateli čeští výrobci i někteří dovozci z rozvinuté země v Evropě jako Německo a Itálie.

4.1 Pozice oděvního a textilního průmyslu v ČR

V roce 2010 se textilní a oděvní průmysl v ČR nachází v těžké situaci. Příčinou je rostoucí konkurence zemí s levnou pracovní silou, rostoucí náklady na výrobu i nízká podpora ze strany vlády. Stát dle Ing. P. Moravce, jednatele Silk&Progress [31] „nepodporuje české výrobce, přitom propagace české produkce a s tím související zaměstnanost, kvalita apod., se bez takové podpory neobejde. Situaci nepřispívá ani současná ekonomická krize.“

Na textilní a oděvní podniky jsou kladeny požadavky jako zvyšování konkurenceschopnosti, rostoucí produktivita práce při nízkých nákladech na výrobu apod. Řada firem se nedokázala takovým podmínkám přizpůsobit, a proto zanikly nebo se přeorientovaly na výrobky pro průmyslové a technické užití. Například v automobilovém průmyslu - výroba automobilových sedaček, nebo výroba netkaných textilií využívaných v oblasti hygieny, zemědělství, dopravy apod.

Největším podnikem zaměřeným na oděvní výrobu je dle [50] doposud Oděvní podnik a.s. Prostějov, který se bohužel od roku 2009 nachází v těžké finanční situaci. Dále to jsou Pietro Filipi s.r.o. Praha, Blažek Praha, Tonak a.s. Nový Jičín, Pro Len s.r.o. Šumperk, KARA a.s. Trutnov, a podobně. K významným firmám v textilním odvětví patří JUTA a.s. Dvůr Králové nad Labem, NOVÁ MOSILANA a.s. Brno, TECHNOLEN, technický len a.s. Lomnice, VEBA, textilní závody a.s. Broumov, aj.

Nabídka českých výrobků v této oblasti není zanedbatelná, ale těžko se vypořádává s konkurencí asijských výrobků.

4.2 Oděvní výrobky nabízené na českém trhu

Každý spotřebitel má různé požadavky na oděvní výrobky. Při výběru ho může ovlivňovat módnost, estetický vzhled, značka, účelnost, nebo může upřednostňovat cenu apod. Dalším faktorem je styl oblékání, protože každému sluší a cítí se dobře v jiném typu oblečení. Volba oděvů je dána také finančními možnostmi spotřebitelů. Někteří jsou schopni investovat velké peníze do oděvů na běžné nošení, funkčního prádla, jiní zase do sportovních a společenských oděvů apod. Nabídka oděvů je rozmanitá, proto si každý může zvolit nebo investovat dle své potřeby a svých možností.

Oděvní výrobky zhotovené českým oděvním podnikem bývali známkou kvality a vysoké propracovanosti. Bohužel se doba změnila a ne vždy tomu tak je i u dnešních výrobků, protože i v oblasti oděvní a textilní výroby je vysoká konkurence a výrobci se snaží cenově přizpůsobovat. Aby jejich výrobky byly konkurenceschopné, musí snížit náklady na výrobu. To se může odrazit v kvalitě použitých výrobních surovin apod. Pokud jde o podniky s dlouholetou tradicí, ty se snaží zachovávat svou úroveň. Příkladem takového je známý český oděvní podnik Prostějov. Další je Blažek s r.o. Praha, podnik se specializuje na výrobu pánských a dámských formálních profesních oděvů a doplňků. Dále firma Pietro Filipi s r.o., která nabízí pánskou a dámskou elegantní módu a řada dalších. Podniky si svou nabídkou získávají z převážné části takovou klientelu, která pro svou práci potřebuje formální typ oblečení. Jejich výrobky jsou finančně náročnější a ne každý si je tedy může dovolit.

Oblast kvalitních oděvů pro každodenní potřebu obyčejných lidí postrádá české výrobce. Tento sortiment, i když ne vždy kvalitní, nabízí zahraniční dodavatelé. Oděvy z dovozu se objevují na pultech většiny obchodů s textilem. Problematikou dovozu bývá často jakost výrobků. Výrobce namísto kvalitních materiálů a technologií použije levnější a dostupnější prostředky. Nebo oděv s vadou zařadí mezi stejný typ oděvu, ale s vyšší jakostí a požaduje za něho i tu samou cenu. Bohužel, se s tím lze setkat i ve značkových prodejnách.

Nejznámějšími zahraničními obchody s cenově dostupnými oděvy působící na českém trhu, jsou New Yorker, Terranova, C&A, v obchodním domě Tesco značky F&F, Cherokee a další.

Pokud je spotřebitel náročnější, vyžaduje originální výrobky nebo sportovní oděvy, může využít nabídky českých výrobců pro sport a volný čas, jako je Alpine Pro, Funstorm, nebo zahraničních značek jako je Nike, Adidas. Oblast originální módy zastupují zahraniční obchody, jako jsou H&M, Vero Moda, Only, Mango.

4.2.1 Strategie obchodů s oděvy za současné tržní situace

Vydělávat peníze za této ekonomické situace je velmi obtížné. V současné době jsou dle [31] zákazníci na své peníze opatrnější. Obchody nemají vysoké tržby, a proto většina se ocitá ve ztrátách. Týká se to všech obchodů, českých i zahraničních. V českých textilních maloobchodech dle [52] poklesly za rok 2009 tržby s porovnáním loňského roku o 3%. Vychází to z rešerší, které provedl TextilŽurnál u členů svého test-klubu, který představuje přes 250 textilních obchodů.

Cílem obchodů je dle [31] proto zvýšení prodeje prostřednictvím snížení cen. Dalším opatřením firem je zaměření se na prosperující obchody a odstoupení od takových, které se ocitají ve ztrátách.

Přesto jsou tu maloobchodní firmy, jako je dle [51] C&A a New Yorker, které jsou podle studie vídeňské agentury RegioPlanConsulting specializující se na výzkum trhu, největšími obchodními oděvními firmami v Evropě. Firma C&A zaujala v České republice první pozici, německá firma New Yorker, se umístila na pozici druhé. Další velice oblíbeným obchodem je švédská značka H&M.

4.2.2 Oděvy českého trhu

Jak už bylo zmíněno, jeden z nejoblíbenějších obchodů u nás je New Yorker. Dále na českém trhu nabízí své produkty zahraniční společnost Mango, H&M, C&A, Only, Vero Moda apod.

New Yorker je dle [53] zahraniční německá firma, která navrhuje, vyrábí a prodává mladou módu pod značkami Fishbonne, Amisu, Smog. Dále nabízí i výrobky, které se objednávají z nabídkových katalogů od externích dodavatelů. Ve svých obchodech, které jsou i v zahraničí, nabízí cenově dostupnou dámskou i pánskou módu. Oděvy se tu pohybují v řádech od 200 Kč až k 1400Kč. Nabízí všechn možný

sortiment, jako sportovní oděvy, trička, mikiny, džíny, saka, svetry, bundy, košile, spodní prádlo a širokou škálu doplňků. Zboží je vyráběno v Číně, Turecku, Itálii a je skladováno v centrálním skladě v Německu. Odtud firma vlastními vozidly denně rozváží oděvy po svých obchodech i v zahraničí. Obchody za oděvy neplatí. V období slev může spotřebitel nakoupit oděvy od 39 až do 809 Kč. Pokud ani po slevách se zboží neprodá, poslouží k charitativním účelům.

Mango je dle [54] nadnárodní společnost, která navrhuje, vyrábí a prodává dámskou módu a doplňky. Jedná se o korporální společnost se sídlem v Barceloně, která má velké množství obchodů po celém světě. Oděvy jsou určeny pro moderní městskou ženu. Společnost oděvy rozesílá z centrálního skladu do svých obchodů po celém světě. Obchody tyto oděvy dostávají, neplatí za ně. Pouze v případě ztráty některého z oděvu, je musí finančně uhradit. Neprodané zboží se vrací zpět do Španělska nebo se dá do outletové kolekce se starším zbožím. Zboží se vyrábí v Číně, Maroku, Turecku, Taiwanu. Ceny zboží se pohybují od 149 Kč až do 2000 Kč. Je zde možné koupit i kožené bundy, kabelky, pásky nebo svetry z kašmíru a hedvábné šaty. Ceny těchto výrobků se pohybují od 2000 až do 6000 Kč. Dále zde zákazník může pořídit společenské oděvy, jako saka a kostýmy, večerní šaty, které se pohybují ve vyšších cenách od 2000 až do 6000 Kč. Mango často spolupracuje se slavnými zahraničními osobnostmi, které pro společnost vytvoří limitovanou kolekci oděvů. Společnost také spolupracuje s franšízovými obchody, které si kupují od společnosti licenci, aby mohli prodávat zboží značky Mango ve svých prodejnách. Pro ně platí jiné podmínky pořízení zboží.

Vero Moda a Only jsou značky, které patří společně pod dánskou společnost, která nabízí originální dámskou módu. Spotřebitele, kteří vyhledávají originalitu a patří do skupiny lidí s ležérním a elegantním stylem, nabídka zboží jistě uspokojí. Pod těmito značkami se prodávají džíny, bundy, šaty, trička, svetry, mikiny a řada doplňků. Ceny se zde pohybují od 300 Kč do 5600 Kč. Pro výrobu kožených bund a pásek je použita pravá kůže. Jinak se zde může spotřebitel setkat i s použitím dražších materiálů, jako kašmíru nebo hedvábí. Zboží do prodejen Vero Moda i Only se dováží z centrálního skladu z Dánska. Výběr výrobků probíhá v tzv. Showroomu. Je to prezentační místnost, kde jsou výrobky vystaveny. Vedoucí prodejen jezdí do těchto Showroomů v Rakousku. Jimi vybrané zboží se na místě objedná a objednávka se pošle do centrálního skladu. Odtud se oděvy posílaly jakoukoliv dopravní společností na prodejny, kde při převzetí

zboží obchod zaplatí. Pokud se zboží po slevě neprodá, vrací se zpět do Dánska. Pro obě značky platí, že výroba probíhá v Turecku, Itálii a Číně.

H&M je dle [55] švédská firma, která je zaměřena na prodej dámských a dětských oděvů, doplňků a spodního prádla. Nabízí módní oděvy i oblečení pro každodenní nošení. Kromě toho H&M jednou za čas nabízí limitovanou kolekci vytvořenou slavným návrhářem, jako například Karlem Lagerfeldem, Jimmym Choem a dalšími. Společnost má své externí dodavatele, kteří šijí pro H&M výrobky v továrnách v oblastech s levnou pracovní silou. Při výrobě se klade velký důraz na kvalitu a bezpečnost výrobků. Každý oděv musí projít kontrolou, která se provádí ve vlastních nebo externích laboratořích. Oděvy splňují standardy kvality a bezpečnosti výrobků v souladu s právními předpisy o bezpečnosti výrobků platných i v zemi prodeje s přísnějšími normami. Společnost spolu s dodavateli klade důraz na ekologické hodnoty.

Terranova je italská značka, která spolu se značkami Terranova Kids, Calliope a Rinemascimento patří pod italskou mezinárodní společnost TEDDY. V prodejnách Terranova jsou nabízeny dámské a pánské oděvy a doplňky pro každodenní nošení a za přijatelnou cenu. Výrobky se cenově pohybují od 150 až do 2000 Kč, v období slev je lze zakoupit přibližně za cenu pohybující se od 20 do 800 Kč. Spotřebitel si může vybrat z široké nabídky svetřů, triček, džín, kalhot, mikin, bund, sukní, šatů apod. Společnost TEDDY vyrábí v Číně, Bangladéši a Indii, pouze Pronto módu šije v Itálii a ta je cenově dražší a do České republiky se nedováží. Odpovědný vedoucí za české obchodní řetězce objednává oděvy pro sezónu z centrálního obchodu, tzv. RIMINI. Po zpracování objednávky jsou výrobky z Itálie odeslány do centrálního skladu v Praze a odtud putují na jednotlivé prodejny.

4.2.3 Styl oblékání českých spotřebitelů

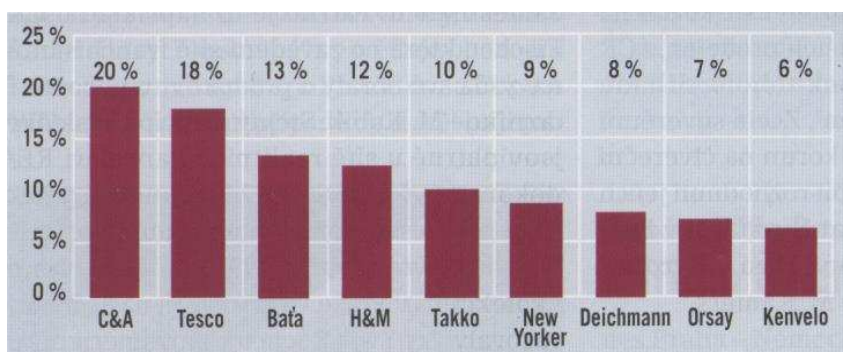
Podle výzkumu Fashion market, který pravidelně provádí společnost Incoma GfK uvedeného v časopise TextilŽurnál dle [32], u českých spotřebitelů převažuje z oblečení nejvíce tričko, džíny a svetr. Jedná se o každodenní oděv, který nosí do zaměstnání nebo školy. Tento typ oblečení je oblíbený u mladých i starších mezi 40 a 60 lety. Přibližně třetina spotřebitelů nosí slušné, ne vyloženě formální oblečení, jako jsou halenky, sukně, košile bez kravat apod. Protože styl oblékání souvisí s příjmy, spotřebitelé pracující na vyšších pozicích a s lépe placeným zaměstnáním dávají

přednost formálnějším oděvům, jako je oblek a kravata nebo kostým. U nás je tento typ oblečení každodenním pracovním oděvem pro menší skupinu spotřebitelů. Na obrázku 4.1 je graf znázorňující oblíbený styl oblékání dotázaných respondentů podle průzkumu.



Obrázek 4.1: Styl oblékání českých spotřebitelů dle Incoma GfK

Mezi nejoblíbenější prodejny formálněji oblékaných lidí, patří prodejny OP Prostějov, Baťa, Adidas či Reserved. Spotřebitelé, kteří volí volnější styl oblečení, mají v oblíbě C&A, H&M. Velká většina také ráda nakupuje v prodejnách Tesco. Dokonce čeští spotřebitelé často nakupují oblečení v tržnicích a asijských prodejnách. Jedná se přitom asi o tři čtvrtiny Čechů, z nichž více než polovina má nadprůměrné příjmy. Na obrázku 4.2 je graf znázorňující oblíbené obchody s oděvy a botami.



Obrázek 4.2: Oblíbené prodejny s oděvy a obuví dle Incoma GfK

4.3 Kvalita oděvních a textilních výrobků

Každodenní důležitou lidskou potřebou je vedle příjmu potravy a dalších nezbytných potřeb i oblékání. Tím dochází k přímému kontaktu pokožky s textilií, proto hraje významnou roli kvalita. Stejně tak u bytových textilií, se kterými přijdeme denně do styku. Jsou to ručníky, ložní prádlo, utěrky, apod. Proto je kvalita u oděvů a textilií stejně důležitá, jakou u všech ostatních výrobků.

Oděvy musí být příjemné, musí se v nich spotřebitel cítit dobře a měly by zajišťovat minimální užité vlastnosti a být zdravotně nezávadné. To se týká oděvů pro každodenní potřebu. Potom jsou skupiny oděvů, u kterých jsou zvýšené požadavky na užité vlastnosti, jako prodyšnost, propustnost vodních par apod. Týká se to oblastí například sportovních oděvů.

4.3.1 Značka kvality oděvů

Pro oděvy, které zajišťují zdravotní nezávadnost a splňují minimální užité vlastnosti vzhledem k druhu oděvu, je tu dle [33] značka kvality QZ - Zaručená kvalita, viz. obrázek 4.3, která je zařazena do Programu Česká kvalita.

Tímto logem se označují oděvní, textilní a kožedělné kvalitní výrobky. Značka zaručuje, že výrobky odpovídají platným právním a technickým předpisům a jsou označeny správnými symboly údržby. Jedním z důvodů vzniku značky bylo právě rozšiřování a prosazování správného značení symboly údržby, kterým se zabývá sdružení SOTEX. Značku mohou získat nejen výrobci, ale i prodejci, čistírny a prádelny.

Označení QZ - Značka kvality se vztahuje ke konkrétním výrobkům, zboží a službám, které organizace nabízí. Mezi držitele licence známky v oblasti výroby jsou společnosti Veba, a.s., která získala značku například u výrobků z froté pletenin na koupelové prádlo pro děti a dospělé a terciální sféru, konkrétně to jsou AMUR FE, LOTUS, FRAMUS; Moravec - kvalitní ponožky, s.r.o., značka se vztahuje k ponožkám a podkolenkám, jejíž představitelé jsou Froté a Profi sport aj.; Veratex CZ s.r.o., např. u froté prostěradla Veratex; Kateřina Langley, Haipa - Daipa pro český látkový plenkový systém Haipa - Daipa nebo za doplňkové kojenecké zboží Haipa - Daipa a další; Zaffe, s.r.o. získala ocenění na osobní prádlo pro děti a dospělé značky Zeffa.

Prodejci, kteří vlastní licenci značky u některého z nabízeného zboží, jsou Active Holiday, s.r.o., u dětské plovací vesty Original Konfidence a dětského neoprenu Konfidence Babywarma aj; D. Anne, s.r.o. například u výrobků pro děti do 3 let značky Lovable Friends a Hudson Baby z bavlněné pleteniny (100% bavlna); FABRIC IMPORT CZECH REPUBLIC například u Tetra plen Baby pro bílá, s potiskem, kojeneckých ponožek a bryndáků KIKKO, a další.

Prádelna a chemická čistírna Sluko, s.r.o.; Golgot, spol. s.r.o.; Mýval Zlín, spol. s.r.o. a jiní, získali v oblasti čistíren a prádelen ocenění QZ-zaručená kvalita. Tyto tři

zmíněné organizace získaly licenci pro používání značky za to, že jejich prádelna splňuje podmínky kvalitního praní z hlediska vlivu procesu praní na pranou textilií podle normy PNJ.



Obrázek 4.3: Logo QZ-zaručená kvalita



Obrázek 4.4: Piktogram zdravotní nezávadnosti

Sdružení SOTEX vydává pravidla pro označování a propaguje správné značení výrobků. Pravidla značení musí být v souladu s požadavky národních, mezinárodních a evropských norem.

Symbody údržby poskytují spotřebiteli informaci, jak správně postupovat při údržbě. Ochranná známka vyjadřuje, že doporučené symboly uvedené na etiketě jsou stanoveny na základě ověřených údajů. Cílem mimo jiné je i zlepšit důvěru a vztah mezi dodavatelem a spotřebitelem. Dále na výrobku mohou být uvedeny piktogramy. Jsou to grafické obrázky, které vyjadřují zdravotní nezávadnost, užité vlastnosti a vhodný účel použití. Tedy oznamují spotřebiteli informace o kvalitě výrobků. Jsou vytvořeny pro oděvy a bytový textil. Piktogramy se člení do tří skupin. Jednou z nich je zdravotní nezávadnost, viz. obrázek 4.4, dále skupina užité vlastnosti, která se vztahuje k oděvům, viz. obrázek 4.5 a účel použití, který se rozděluje do skupiny oděvů a bytových textilií. V oblasti bytových textilií je pozornost zaměřena na namáhané podlahové krytiny a potahové textilie, viz. obrázek 4.6 a 4.7. Tyto piktogramy jsou rozděleny ještě do skupin podle odolnosti v namáhání. Piktogramy se mohou používat v případě, kdy výrobek nebyl celkově zkoušen pro značku QZ, ale jen z hlediska jedné nebo několika vlastností.



Obrázek 4.5: Piktogram
pro vyjádření užitných
vlastností-stálobarevnost



Obrázek 4.6: Piktogram
v oblasti podlahových
krytin a potahových textilií
pro domácí sektor



Obrázek 4.7: Piktogram
vztahující se k potahovým
textiliím

Pro výrobky se známkou QZ jsou stanoveny požadavky na úroveň užitných vlastností. Výrobky jsou rozděleny do skupin podle účelu, bez ohledu na materiálové složení a pro ně jsou uvedeny doporučené minimální hodnoty základních užitných vlastností. Týkají se oděvních výrobků, př.: viz. obrázek 4.8, bytových výrobků a netýkají se pracovních, ochranných, sportovních oděvů se speciálním zaměřením, dalších textilních výrobků ve zdravotnictví, ubytovacích zařízení apod. Dále jsou stanoveny obecné technické podmínky, viz. obrázek 4.9, které musí splňovat všechny skupiny výrobků.

Vlastnost, měřicí jednotka	Požadavek	Zkušební metoda
Stálobarevnost stupeň - na světle - při praní ² - v potu - v otěru - za sucha - za mokra	3-4 4/3-4 4/3-4 4 3-4	ČSN EN ISO 105-B02 (80 0147) ČSN EN ISO 105-C06 (80 0123) ČSN EN ISO 105-E04 (80 0165) ČSN EN ISO 105-X12 (80 0139)
Změna rozměrů % - při praní	max. ± 3 tkané max. ± 5 pletené 3	ČSN EN ISO 6330 (80 0821) CSN EN ISO 12945-2 (80 0837)
Žmolkování stupeň (pouze u výrobků s obsahem chemických střížových vláken nad 15 %; 2 000 otáček)		
Změna vzhledu po praní stupeň	3	CSN EN 15487 (80 0854), s upřesněním podle PNJ 521-80-94 a)

² U vícebarevných výrobků nesmí dojít k vzájemnému zapouštění

Obrázek 4.8: Doporučená úroveň užitných vlastností pro výrobky označených QZ ve skupině osobního prádla

Ukazatel	textilní a kožedělné výrobky pro děti do 3 let	Skupina výrobků		ostatní oděvní a bytové textilie	ostatní kožedělné výrobky
		výrobky přicházející do styku s pokožkou	textilní kožešné výrobky výrobky		
obsah volného formaldehydu 1/ mg . kg ⁻¹	Požadavky stanoveny ve Vyhlášce Ministerstva zdravotnictví č. 84/2001 Sb.	100		300	200
pH vodného výtlahu 2/		4,0-7,5		-	3,5-7,5
Stalobarevnost v otěrech *					
- za sucha		4		4	4
- za vlhka 3/ stupeň šedé stup.		3		3	3
Odolnost proti působení potu a slin * 4/			3-4		3-4
Obsah 5/ pentachlorofenolu mg . kg ⁻¹		-	5,0	-	5,0
Obsah vytluhovatelého chromu 6/ mg . kg ⁻¹			Cr ^{VI} 2,0 Cr celkem 150		Cr ^{VI} 2,0 Cr celkem 200
Ve výrobcích nesmí být použita zakázaná barviva 7/					

1/ podle ČSN 80 0290

2/ podle ČSN EN 1413 (80 0066), ČSN ISO 4045 (79 3878)

3/ podle ČSN EN ISO 105-X12 (80 0139), ČSN EN ISO 11640 (79 3853)

4/ podle PNJ 557-80-97, ČSN 79 3860 (st. šedé stupnice)

5/ extrakce podle DIN 53313, stanovení pomocí plynové chromatografie s detektorem elektronového záchytu (ECD)

6/ podle ČSN 79 3873, DIN 53314:1996 (Cr^{VI})7/ **aktuální seznam zakázaných barviv**

* provádí se jen u barevných materiálů

Obrázek 4.9: Technické podmínky pro skupiny výrobků označených značkou QZ

4.3.2 Bioprodukty v textilní a oděvní výrobě

Kromě klasických přírodních rostlinných a živočišných materiálů používaných v textilní a oděvní výrobě se začíná rozšiřovat použití materiálů, které jsou šetrnější k životnímu prostředí. Příčinou zájmu o použití těchto materiálů je rostoucí ekologické uvědomění společnosti.

Pro výrobu biotextilu jsou dle [34] v co největší míře používány biosuroviny rostlinného (len, bavlna, konopí, juta, bambus) nebo živočišného původu (vlna, hedvábí, kašmír).

Například klasicky pěstovaná bavlna je dle [34] veřejností vnímána jako přírodní materiál, který svědčí pokožce dětí i dospělých. Přitom se jedná o nejvíce chemicky ošetřovanou plodinu. Jejím pěstováním dochází k znečišťování životního prostředí. Ani při zpracování na textilií se nevyhne působení chemických látek, hlavně v procesu bělení a barvení. Proto není vyloučeno, že z textilie použité například na oblečení, se mohou uvolnit látky, které působí jako karcinogeny, ovlivňují vývoj plodu nebo způsobují alergickou reakci. Naproti tomu, oděvy vyrobené z biobavlny, která se pěstuje ekologicky, se vyznačují vysokou čistotou a kvalitou, mají vysokou jemnost a jsou nealergické.

Podle údajů Organic Exchange z roku 2006 dle [34] se největším světovým výrobcem oděvů z biobavlny stala americká společnost Nike. Ta uvedla v roce 2007 na trh 15% všeho sportovního oblečení v kolekci „Sport Culture“ vyrobeného z biobavlny. Jejím cílem je do roku 2011 uvést na trh 100% oděvních výrobků z biobavlny. Ne každý výrobce zaměřený na biooblečení používá k výrobě pouze biosuroviny. Některé firmy, používají ve svých oděvech směsné příze obsahující pouze nízké procento podílu biobavlny. Nike používá na do pěti procent podílu. Dalším významným oděvním výrobcem je Marks&Spenser, který plánuje do roku 2012 minimálně pěti procentní podíl ve všech svých bavlněných výrobcích. Dalšími známými značkami s tímto programem jsou C&A, H&M.

Prodej nebo výroba oblečení v biokvalitě není na českém trhu tak dalece rozšířená, jako u biopotravin. Přesto je tu několik desítek firem zaměřujících se na tuto oblast. Někteří vyrábějí a jiní pouze distribují. Nejvíce se specializují na výrobky pro malé děti. Jedna z českých firem, která se zabývá výrobou, je ECOVIOCE. Firma, která dováží oblečení do ČR je BioWorld CZ. Dalším dodavatelem je firma MAMAJA group s.r.o., která provozuje internetové stránky Bio oblečení, kde nabízí výrobky od zahraničních výrobců Disana, Fizzy lemon, Iobio, atd.

Aktuálním trendem v oblasti bydlení a bytových textilií dle [35], je důraz na kvalitu materiálů, kreativitu, jednoduchý styl oživený extravagantními prvky a spojení luxusu s ohledem na životní prostředí. Týká se to dekoračních textilií, ložního a stolního prádla, příkrývek. V této oblasti se u výrobků může spotřebitel také setkat s použitím přírodních materiálů s přidanými funkcemi, jako je antibakteriální len, sója, bambus

s přídavkem aloe vera, bambus, lýko, recyklovaná bavlna a viskóza nebo 100% biobavlna. Klade se větší důraz na kvalitní výrobky s delší životností.

Na trhu je velké množství výrobků a vyznat se v jejich kvalitě není jednoduché. Kvalita oděvů je důležitá vlastnost, pod kterou si může člověk představit příjemné nošení, stálobarevnost, zdravotní nezávadnost, bezpečnost, užité vlastnosti jako je prodyšnost, savost, voděodolnost a další. Některé z těchto vlastností mohou poskytovat výrobky z biosurovin, oblečení označené značkou kvality QZ, sportovní oblečení známých a prověřených značek a jiné. Někteří výrobci se zaručují za kvalitu svých výrobků pouze svým vlastním tvrzením. Příkladem jsou uvedené hodnoty na outdoorových oděvech. V některých případech může spotřebitele ujišťovat o pravdivosti těchto tvrzení jen fakt, že značka je známá a používají ji i vrcholový sportovci. Ale nikde už nejsou uvedeny informace o ověření těchto vlastností od nezávislé zkušebny. Výrobci, kteří se zaručují známkou kvality QZ, není mnoho a značka se tedy nevyskytuje na velkém množství výrobků. Do budoucna je proto možné uvažovat o dalších značkách podobného charakteru, které zlepší přehlednost v kvalitě textilních a oděvních výrobků.

4.3.3 Kontrola kvality a bezpečnosti a zdravotní nezávadnosti oděvních výrobků

V ČR není instituce, jejíž činnost by zajišťovala stálý dozor nad kvalitou prodáváných oděvů a jejich zdravotní nezávadností. Oděvy jsou dle [36] kontrolovány pouze z hlediska bezpečnosti, a zda jsou opatřeny všemi informacemi, které musí být na produktu při prodeji uvedeny. Touto kontrolou je na našem trhu pověřena Česká obchodní inspekce.

Nebezpečí v oblasti oděvních výrobků se vztahuje na dětské oděvy opatřené šňůrami a stahovacími šňůrami. Všechny členské státy EU přijali toto opatření a zapojili se společně s organizací PROSAFE do kontrolní akce dětského oblečení. Cílem bylo snížit ohrožení lidského zdraví a stáhnout nebezpečné oděvy z trhu. Je známo, že takové výrobky způsobují vysoký počet nehod a v horších případech smrt dítěte. V oblasti krku můžou dlouhé šňůry způsobit uškrcení a v oblasti zad zaháknutí, které může způsobit úraz.

Během akce se zkontrolovalo 11 000 nejrozličnějších druhů dětského oblečení, z toho bylo zjištěno 1400 zakázaných oděvů. Nejvyšší počet nevyhovujících oděvů byl

se šňůrami v oblasti krku. Ty tvořili 60% všech neodpovídajících oděvů, v případě oděvů s nebezpečnými šňůrami v oblasti hrudníku a pasu 20%.

I přes aktivitu vyvíjenou dozorovým orgánem nad trhem nelze zajistit všechny nevyhovující oděvy a stáhnout je z trhu, proto je nutné, aby se spotřebitelé sami informovali a vzdělávali v oblasti kvality oděvů.

4.3.4 Hodnocení textilních a oděvních výrobků a k nim vztahující se požadavky

Na každý druh výrobku se vztahují normy, předpisy, zákony apod. Stejně tomu tak je i u oděvních a textilních produktů. Aby mohly výrobci své produkty uvést na trh, musí je podrobit zkouškám, při kterých se hodnotí a srovnávají jejich vlastnosti s vlastnostmi předepsanými normami. Příkladem jsou dle [25] zkoušky pro hodnocení jednotlivých vlastností příkrývek, dek a ponožek, oděvních textilií a výrobků pro Outdoor. Pro jednotlivé výrobky jsou uvedeny pouze některé vlastnosti a k nim normy a přístroje, podle kterých zkouška probíhá. Dále je zmíněna norma vztahující se k bezpečnosti dětských oděvů se šňůrami.

Pro hodnocení odolnosti v oděru příkrývek, dek a ponožek se pro zkoušku používá přístroj MARTINDALE a zkouška probíhá podle normy ČSN EN 13770 (80 5802), ČSN EN ISO 12947 - 2 (80 0846). Dále pak rotační oděrač (do poškození) podle normy ČSN 80 0816, DIN 53 863 - 2. Žmolkování se u těchto výrobků zkouší použitím přístroje ATLAS a průběh zkoušky probíhá podle norem ČSN 80 0838, ASTM D 3512, PNJ 560 - 80 - 98, nebo přístroje MARTINDALE ČSN EN ISO 12945 - 2 (80 0837), SN 198525 a přístroje ICI BS 5811, IWS TM 152, ČSN EN ISO 12945 - 1 (80 0837). U ponožek se zjišťuje svěr lemu podle normy PNJ 520 - 80 - 94, tažnost podle PNJ 518 - 80 - 94, odolnost oděru na rotačním oděrači podle PNJ 519 - 80 - 94 a oděr na přístroji MARTINDALE podle ČSN EN 13770 (80 5802).

U oděvních textilií se pro zkoušku v odolnosti v oděru může použít přístroj MARTINDALE a zkouška může probíhat podle IWS TM 112, ČSN EN ISO 12947 - 3 (800846), ČSN EN ISO 12947 - 2 (80 0846), BS 5690. Rubový oděr se zjišťuje při 5 000 ot. podle BS 2543 - příl. C, PNJ 531 - 80 - 95. Nebo se může použít přístroj rotační oděrač do poškození textilie podle ČSN 80 0816, DIN 53 863 - 2 nebo přístroje AKCELEROTOR ČSN 80 0833, PN 251 - 02 - 81, AATCC 93. Zkouška prodyšnosti probíhá podle ČSN EN ISO 9237 (80 0817), GOST 12088-77. Stálobarevnost v potu

probíhá podle ČSN EN ISO 105 - E04, IWS TM 174, GOST 9733.6 - 83, STN 80 0055 (4.7) a je stanovena Vyhláškou MZ ČR č. 84/2001 Sb., Příloha č. 8,9,10.

U outdoorových výrobků se hodnotí prodyšnost podle normy ČSN EN ISO 9237 (80 0817) a norma GOST 12088 - 77. U zkoušky vodoodpudivosti a nepromokavosti se zkouší odolností proti povrchovému smáčení - spray test podle normy ČSN EN 24920 (80 0827), nepromokavost - BUNDESMANN podle ČSN EN 29865 (80 0856), odolnost proti pronikání vody - zkouška tlakem vody ČSN EN 20811 (80 0818), ISO 811. Tepelná izolace probíhá podle PNJ 543-80-96, ISO 8303, ČSN 72 7012-2, ČSN EN 31092 (80 0819).

K dětskému oblečení se z hlediska bezpečnosti vztahuje dle [36], [37] evropská norma EN 14682 „Bezpečnost dětského oblečení - šňůry a šňůry na stažení u dětského oblečení - specifikace“. Tato norma stanovuje požadavky na šňůry a šňůry na stažení u dětského oblečení pro děti do 14 let, včetně maskárních kostýmů a lyžařského oblečení. Současně definuje pojem - šňůry a stahovací šňůry.

Z této normy vyplývá, že oblečení pro děti do 7 let (do výšky 134 cm) nesmí mít žádné šňůry, stahovací šňůry, funkční nebo dekorativní šňůry v oblasti kapuce a krku. Dále pak přišité nebo jinak připevněné ozdoby, například mašličky nesmí mít volné konce delší než 75 mm.

Oblečení pro děti ve věku od 7 do 14 let (do výšky 182 cm pro chlapce a pro dívky do 176 cm) nesmí mít stahovací šňůry s volnými konci anebo šňůry nebo stahovací šňůry v oblasti kapuce a krku delší než 75 mm a nesmí být elastické. Vyčnívat mohou pouze smyčky, které při stažení, například kapuce na určenou velikost, vyčnívají do délky obvodu maximálně 150 mm. Výjimkou jsou ramínka a funkční šňůry, pro které mohou být použity pruženky.

U obou věkových kategorií dětí nesmí mít oblečení šňůry a stahovací šňůry, funkční šňůry a dekorativní šňůry s volnými konci delšími než 140 mm v oblasti hrudi a pasu, tedy při maximálním rozevření oděvu. To znamená, že při stažení na určenou velikost nesmí přesáhnout délku 280 mm.

Dále pro dětské oblečení zavazované vpředu platí, že smí mít pásy nebo šerpy na zavazování, pokud jejich délka nebude větší než 360 mm když jsou nezavázané a měřené od místa kde mají být vázané. Šňůry na stažení nesmí mít volné konce pod rukávem nebo dolním lemem dětského oděvu. U kalhot s dlouhými nohavicemi musí být stahovací, funkční a dekorační šňůry na spodním okraji celé uvnitř oděvu. Tyto požadavky normy platí i pro dětské oděvy domácí výroby.

5 Vyhodnocení dotazníků

Účelem dotazníku, viz. příloha č. 1, bylo zjistit, jak lidé, tedy spotřebitelé, uvažují při nákupu, které faktory je ovlivňují, co si myslí o kvalitě nabízených produktů, zda se setkali s hodnocením kvality výrobků a zaujali-li je tyto informace natolik, že se o ně dále zajímali a ze kterých informačních zdrojů nejvíce čerpali. Dále bylo zjišťováno, vědí-li o původu a vlastnostech oděvů dostatek informací apod.

Průzkumu se účastnilo celkem 360 respondentů, z nichž 49% tvořili ženy a 51% tvořili muži. Z celkového počtu žen bylo 60% ve věku do 25 let, 10% od 26 do 35 let, 24% od 36 do 55 let a 7 % žen starších 55 let. Skupinu mužů tvořilo 63% mužů do 25 let, 15% ve věku od 26 do 35 let, 16% ve věku od 36 do 55 a 6% mužů starších 55 let. Z celkového počtu oslovených respondentů má 17% základní vzdělání, 59% středoškolské vzdělání a vysokoškolské má 24%. U otázky č. 19 se 4% respondentů zařadilo do vysoké sociální třídy, 45% do vyšší střední třídy, 48% do nižší střední a 4% do nízké třídy. Na otázku č. 20, čili: „Pracujete manuálně?“, odpovědělo 36% respondentů ano a 64% ne.

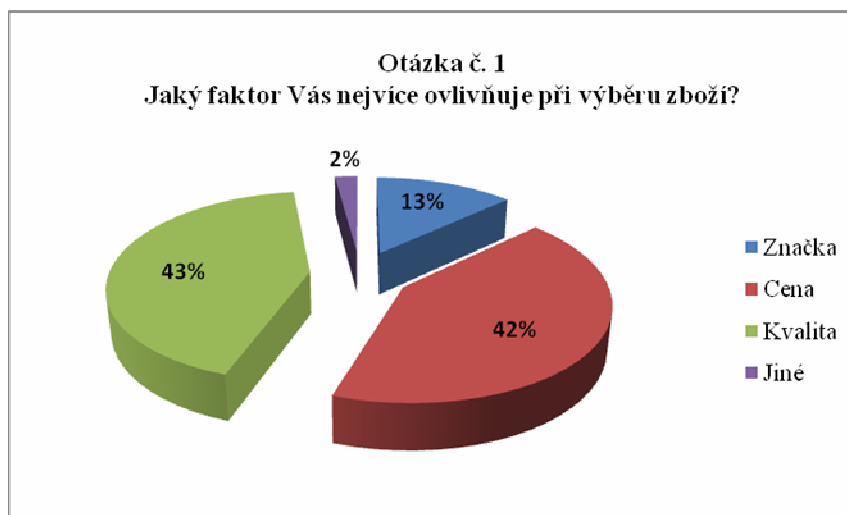
Z celkového počtu oslovených respondentů je 42% studentů a 58% tvoří osoby samostatně výdělečně činné.

První otázkou se zjišťovalo, který z faktorů je pro dotázané při výběru zboží rozhodující. Jelikož každý má určité priority. Může to být nízká cena, pro jiného kvalita apod. Zvolit mohli mezi značkou, cenou, kvalitou anebo vyjádřit jiné hledisko.

Výsledkem je, že oslovené respondenty nejvíce ovlivňuje kvalita a cena, za ní následuje značka a jako poslední je ovlivňuje jiný faktor, viz. graf č. 1. Variantu jiné, tvoří 100% design výrobku, a upřednostňují ji více ženy než muži.

Z výsledných hodnot grafu by se dalo usuzovat, že u většiny respondentů hraje při výběru zboží významnou roli finanční částka. Pokud se tedy rozhodují pro kvalitní nebo značkový výrobek, musí být za přijatelnou cenu.

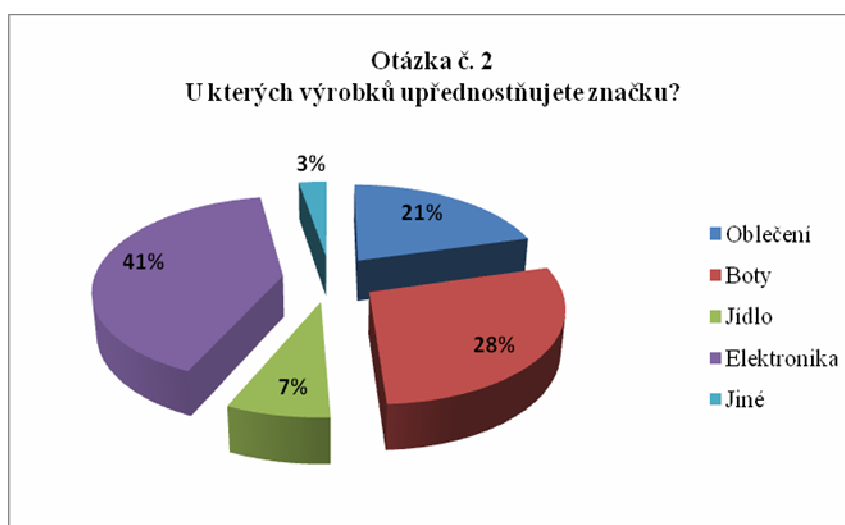
Ženy zvolily 11% značku, 45% cenu, 41% kvalitu a 2% jiné, nebo-li design. Muži 15% hlasovali pro značku, 39% pro cenu, 44% pro kvalitu a pro design 2%. Z výsledných hodnot se tedy dá říci, že muže o trochu více než ženy ovlivňuje značka, kvalita a méně cena výrobku. Může to být dáno i rozdílnými finančními příjmy mužů a žen.



Graf č. 1: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 1

Smyslem druhé otázky bylo zjistit, u jakých spotřebních výrobků oslovení respondenti preferují značku. Protože u většiny značkových výrobků se dá předpokládat, že jsou více kvalitní než výrobky od neznámých výrobců.

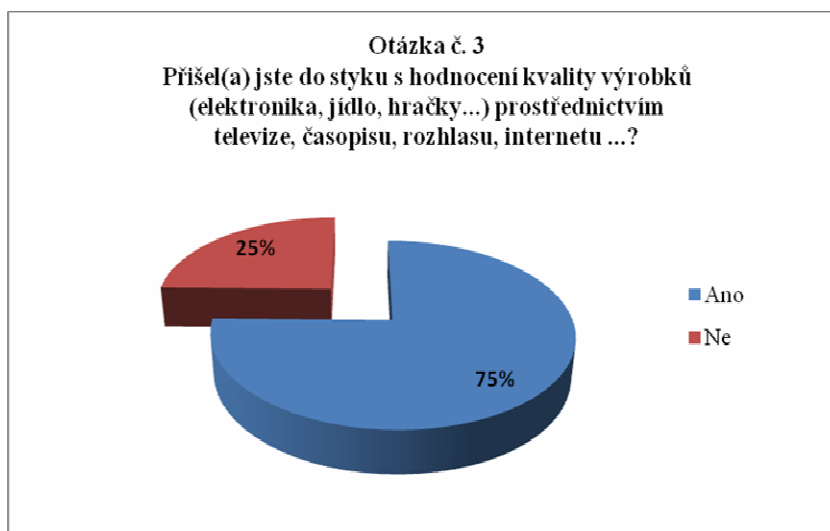
Nejvíce respondentů upřednostňuje značku u elektroniky, následně u bot, oblečení, jídla a jiných výrobků, viz. graf č. 2. Oblast jiných výrobků je dána 25% nářadím, 63% produkty automobilového průmyslu a 13% kosmetikou. Značkovou elektroniku upřednostňují o trochu více muži než ženy. Ženy naopak dávají větší přednost značkovým botám o necelých 6%. U oblečení a jídla jsou výsledky velmi srovnatelné. Větší rozdíl v hlasování je patrný u možnosti jiných výrobků. Značku u aut a nářadí vyžadují podle průzkumu muži a značkovou kosmetiku ženy.



Graf č. 2: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 2

Úkolem třetí otázky bylo prozkoumat, zda veřejnost vnímá zveřejňované hodnocení výrobků. Ať už je to prostřednictvím televize, internetu, časopisu, rozhlasu.

Na otázku odpověděli dotázaní respondenti 75% ano, tedy že se setkaly s hodnocením kvality výrobků. Pouhých 25%, tedy čtvrtina, odpovědělo ne, viz. graf č. 3. Tím je patrné, že informace o kvalitě výrobků jsou poměrně veřejně rozšířené.



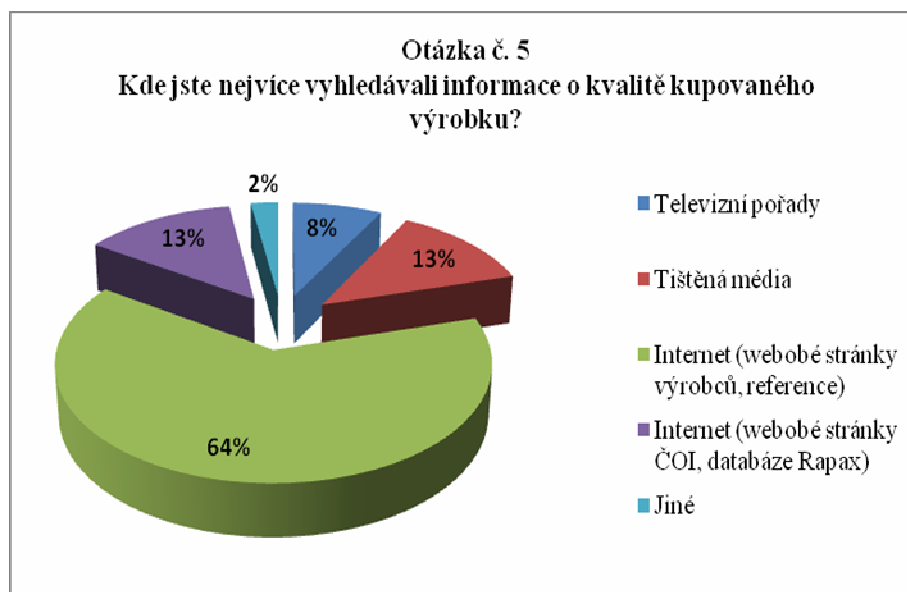
Graf č. 3: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 3

Otázka čtvrtá má vazbu na otázku předchozí. Odpovídali na ni pouze respondenti, kteří odpověděli na otázku č. 3 kladně. Otázkou č. 4 se zjišťuje, zda cíleně vyhledávaly informace o kvalitě výrobků.

Z kladně odpovídajících respondentů zvolilo možnost ano 61%, z nichž větší část tvořili muži. Ne, odpovědělo 39% respondentů.

Otázka pátá navazovala na otázku čtvrtou a jejím cílem bylo zjistit, ze kterých informačních zdrojů dotázaní čerpají informace o výrobcích. Vycházela z kladných odpovědí otázky č. 4.

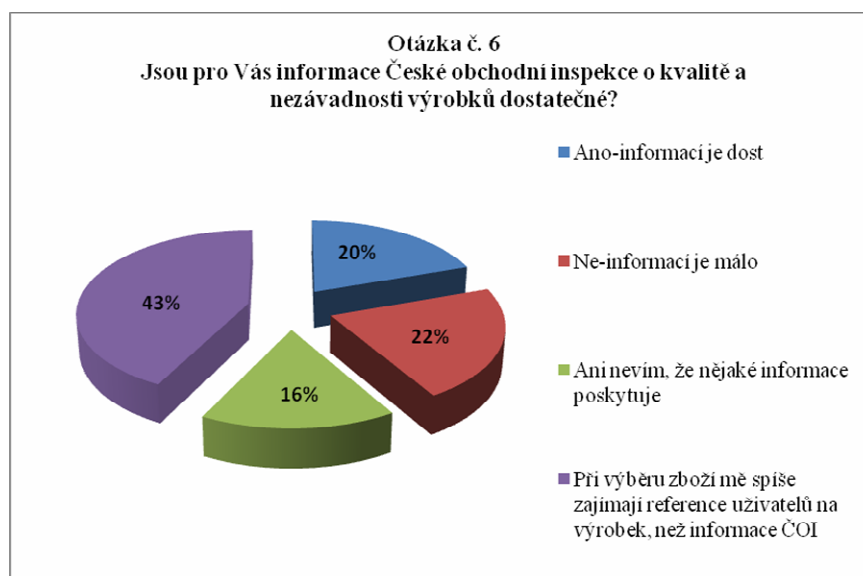
Nejvíce respondentů vyhledává informace na internetu, konkrétně na webových stránkách výrobců a zajímají je reference uživatelů. Tuto variantu zvolilo 64% respondentů. Dále 13% oslovených zvolilo internet - webové stránky České obchodní inspekce a databázi RAPEX. Tištěná média (noviny, časopisy) jsou zdrojem informací pro 13% dotázaných, 8% respondentů získává informace z televizních pořadů a z jiných informačních zdrojů čerpá 2% oslovených, viz. graf č. 4. Jiné zdroje tvoří 75% informace poskytované prostřednictvím časopisu občanského sdružení TEST a 25% tvoří informace získané od známých.



Graf č. 4: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 5

Šestou otázkou se zjišťovalo, jak lidé vnímají informace o kvalitě výrobků poskytované Českou obchodní inspekcí. Především jestli se s takovými informacemi setkali, pokud ano, zda jsou pro ně dostačující a zajímají-li je.

Na otázku č. 6 odpovědělo 43% dotázaných, že při výběru zboží je zajímavější reference uživatelů na výrobek, než informace o výrobcích, které poskytuje Česká obchodní inspekce. 22% dotázaných si myslí, že informací je málo. Pro 20% respondentů je informací dostatek a 16% nemá tušení, že Česká obchodní inspekce nějaké informace poskytuje, viz. graf č. 5.

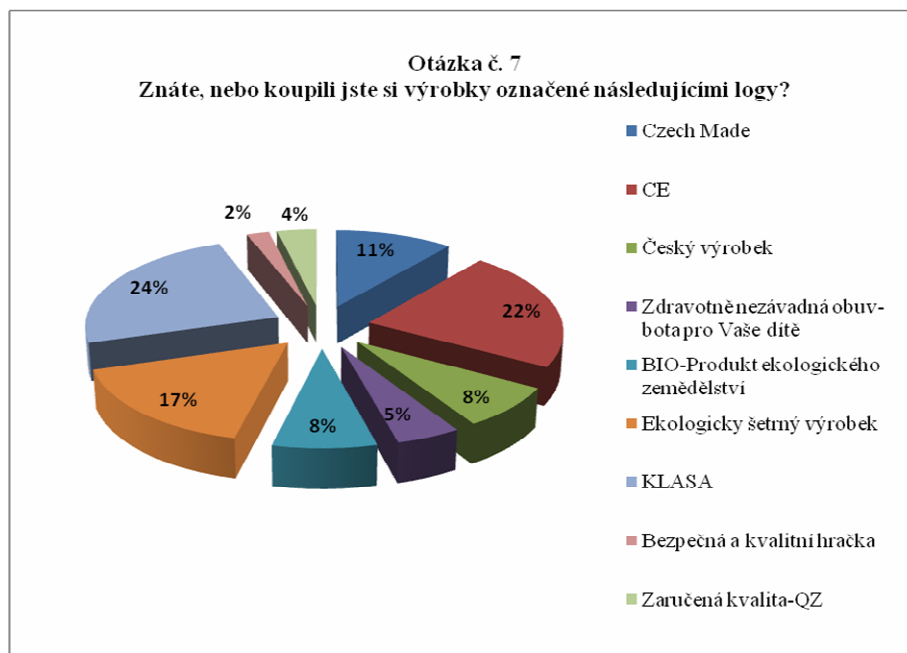


Graf č. 5: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 6

Úkolem sedmé otázky bylo dovědět se, s kterými značkami kvality se respondenti nejvíce na výrobcích setkali.

Nejvíce je mezi dotázanými rozšířená značka KLASA. Následuje značení CE, tedy evropské značení shody s normami, 17% hlasů získal ekologický výrobek, 11% značka Czech Made, 8% získala značka BIO, 5% Zdravotně nezávadná obuv, 4% QZ-Zaručená kvalita a 2% Bezpečná a kvalitní hračka, viz. graf č. 6. S logy CE, KLASOU, Ekologicky šetrným výrobkem a Českým výrobkem se ženy i muži setkali přibližně stejně. U značení Bezpečná a kvalitní hračka, Zdravotně nezávadná obuv a BIO hlasovalo více žen. To je logický důkaz, že ženy se starají o domácnost a péči dětí. Více mužů se setkalo s logem Czech Made a Zaručená kvalita.

Všechny oslovené ženy i všichni muži se setkaly nebo zakoupily výrobky s minimálně jednou výše uvedenou značkou.



Graf č. 6: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 7

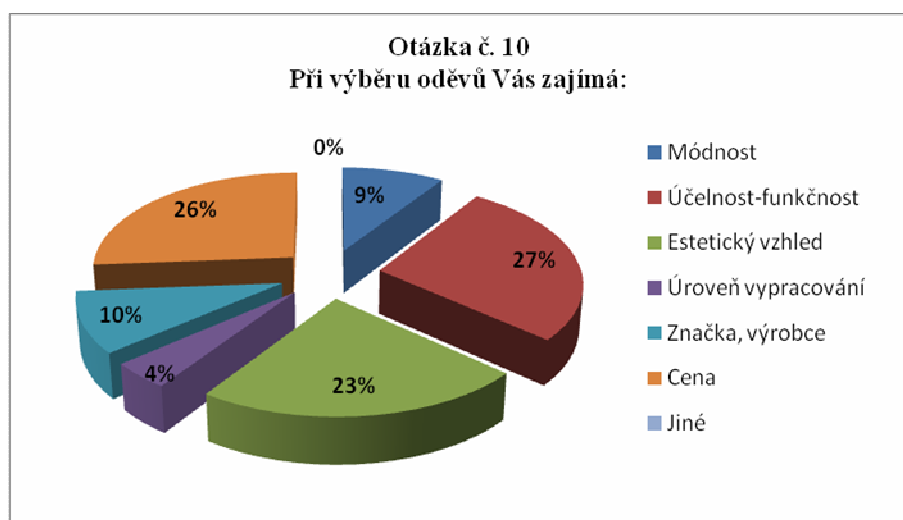
Osmá otázka byla zaměřena na ekologii. Tedy jestli oslovení respondenti upřednostňují ekologicky šetrné výrobky před výrobky normálními.

Na položenou otázku odpověděla větší část, 66% dotázaných, že ne. 34% oslovených zvolilo odpověď ano. Faktem toho, že dotázaní respondenti neupřednostňují ekologické výrobky, může být to, že hledí při výběru na cenu a ta je u těchto výrobků z pravidla dvojnásob vyšší.

Úkolem deváté otázky bylo zjistit, jaký mají oslovení respondenti styl oblékání.

Většina respondentů se řadí mezi sportovní typ, to je 44% z dotázaných. 29% respondentů se obléká ležérně, 11% dotázaných je módní typ, 10% volí elegantní styl, 4% vyznává hudební styl a pouze 2% je výstředním typem.

Pomocí desáté otázky se zjišťovalo, jaké vlastnosti oděvů respondenty nejvíce zajímají. Nejvíce je to 27% účelnost, dále následuje 26% hlasy cena, 23% rozhoduje estetický vzhled, 10% značka nebo výrobce, za ní 9% módnost, 4% úroveň vypracování a jiné věci je u oděvů nezajímají, viz. graf č. 7. Konkrétně ženy více dávají přednost módnosti a estetickému vzhledu, naopak muži upřednostňují účelnost oděvu a značku nebo výrobce.



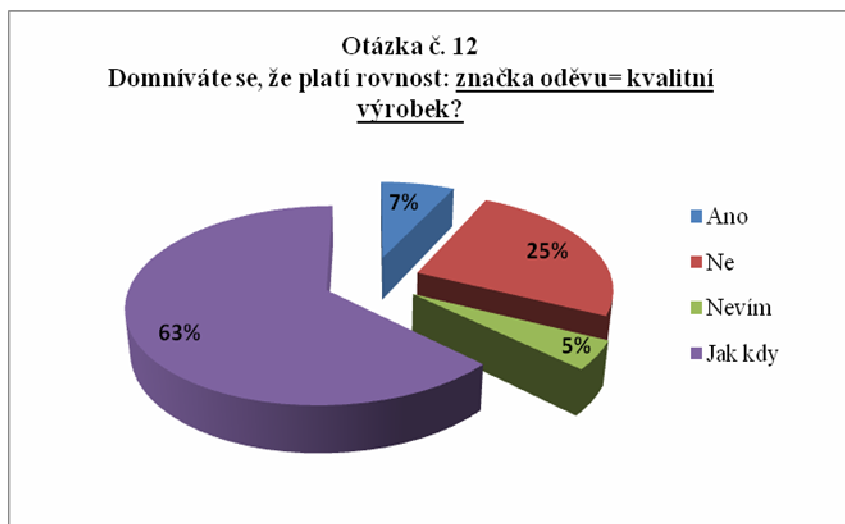
Graf č. 7: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 10

Smyslem jedenácté otázky bylo zjistit, za který typ oděvních výrobků jsou oslovení respondenti schopni utratit nejvíce peněz. Pro některé může být důležité mít drahé oblečení na sportovní aktivity, jiní spíše investují do společenského oblečení, nebo oděvů na běžné nošení. Záleží na typu člověka.

Většina respondentů, tedy 29%, je ochotna vynaložit největší peněžní sumu za oděvy na běžné nošení. 26% dotázaných utrací vysoké částky za outdoorové oděvy, 19% za společenské oděvy, 19% za sportovní oblečení, 6% za funkční prádlo a 1% za oděvy profesní. Dosažené hodnoty u prvních dvou možností logicky vyplývají z toho, že největší část oslovených respondentů se řadí mezi sportovní a ležérní typ. Jinak ženy jsou ochotny utratit větší obnos peněz za oděvy společenské a na běžné nošení, muži za oděvy sportovní, funkční prádlo a profesní oděvy.

Dvanáctá otázka byla důležitá pro zjištění, jaké mínění mají respondenti o značkovém oblečení. Zda si myslí, že značka jde ruku v ruce s kvalitou.

O značkových výrobcích má 63% dotázaných takové mínění, že kvalita oděvu tomu vždy neodpovídá. 25% si myslí, že značka oděvu se nerovná kvalitě, naopak 7% je přesvědčených o tom, že to tak je (jedná se o muže) a 5% neví, nemají na věc vyhraněný názor, viz. graf č. 8.



Graf č. 8: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 12

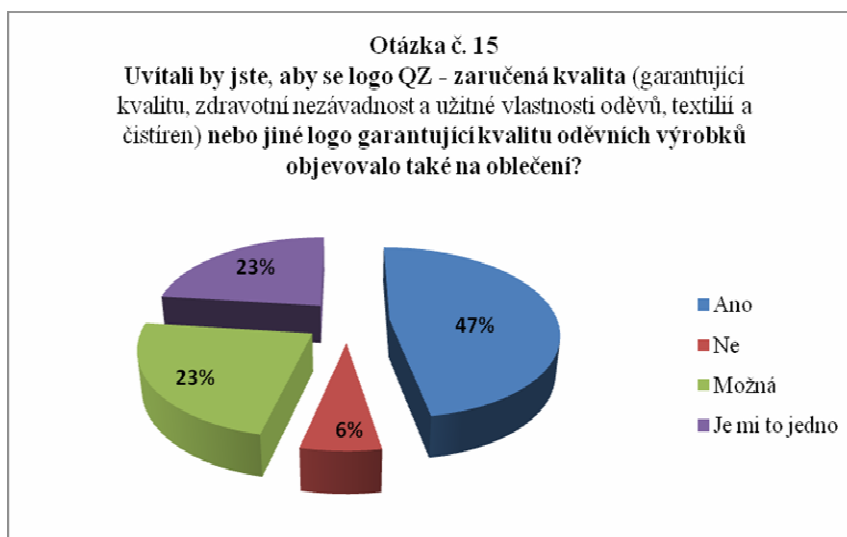
Třináctou otázkou se zjišťuje, zda informace o původu výroby, užitných vlastnostech a kvalitě vybraných oděvů jsou pro oslovené respondenty dostačující. Více jak polovina dotázaných odpověděla, že ne a 41% respondentům poskytnuté informace stačí.

Otázkou čtrnáctou se zjišťuje, postrádají-li respondenti, například u outdoorových oděvů, ověření pravdivosti uváděných vlastností od nezávislé strany.

Na tuto otázku odpovědělo 57%, že uvedené hodnoty jsou pro ně dostačující a 43% uvádí, že postrádají ověření o pravosti tvrzení výrobce od nezávislé zkušebny.

V případě patnácté otázky je úkolem zjistit, zda by dotázaní respondenti uvítali další značku zaručující za kvalitu oděvů.

47% respondentů se přiklání k variantě ano (jedná se více o ženy), 23% možná a 23% zvolilo, že je jim na tom nezáleží. Tyto dvě odpovědi, by se mohli považovat za dost podobné. 6% respondentů zvolilo variantu ne, viz. graf č. 9. Z celkového pohledu lze konstatovat, že přibližně polovina je pro a druhá proti.



Graf č. 9: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 15

6 Diskuse

Ze získaných informací prostřednictvím dotazníků lze konstatovat, že pro většinu spotřebitelů je stále rozhodující cena. K této skutečnosti může do značné míry přispívat i ekonomická situace v České republice. Další skutečností je, že od značkových výrobků se očekává odpovídající kvalita. Z průzkumu vychází, že většina respondentů se setkala s tím, že to nebývá pravidlem. Zaměříme-li se na značky kvality, je velmi pozitivním ukazatelem, že všichni dotázaní, se setkali nebo zakoupili výrobek s tímto značením. Znamená to tedy, že pro spoustu českých výrobců je důležité nabízet kvalitní výrobky. V oblasti oděvních výrobků spotřebitelé postrádají informace o vlastnostech a kvalitě, o ověření pravdivosti uváděných vlastností na sportovních oděvech a dokonce i značky kvality. Nebylo by na škodu se touto cestou zaměřit k lepší informovanosti spotřebitelů o oděvních výrobcích. Dalším důležitým ukazatelem je, že informací o nekvalitních výrobcích je zveřejňováno velké množství. Ale většina oslovených, se spíše zajímá o reference uživatelů na výrobek, než-li o informace o nekvalitních výrobcích, které zveřejňuje Česká obchodní inspekce, nebo které jsou k dispozici v databázi RAPEX.

Z dotazníkového průzkumu vychází nízký zájem českých spotřebitelů o ekologické výrobky. Jednou z příčin může být poměrně vysoká cena těchto produktů. Pokud stát chce, aby spotřebitelé tímto způsobem podporovali snahy o ochranu životního prostředí, musel by zajistit finanční podporu výrobcům ekologických produktů nebo jejich spotřebitelům.

Nabídka trhu je v 21. století rozmanitá, výrobků je mnoho a záruk kvality a zdravotní nezávadnosti ze strany výrobců, je málo. Řada spotřebitelů nemusí být s nabídkou spokojena a dává raději přednost českým výrobcům s dlouholetou tradicí. Obecně, aby firmy udržely zájem spotřebitelů z hlediska vysoké konkurence asijských výrobků, musí dle [62] investovat do výzkumu a vývoje, zvyšovat užitné hodnoty výrobků a zaměřit se na produkce speciálních druhů výrobků. V oblasti textilního průmyslu mají šanci na přežití firmy, jejichž pozornost se zaměřuje na výrobu inteligentních textilií, například textilie s protibakteriálními a protiplísňovými funkcemi apod. Jedním z takových podniků působících v oblasti bytového textilu a materiálů pro oděvní průmysl je společnost Veba. Ta rozšířila produkci náročnějších druhů výrobků, jako damašku nebo luxusních materiálů pro oděvní průmysl-např. žakárových textilií, konkrétně africký brokát.

Odpovědí na otázku, proč řada spotřebitelů nakupuje především oděvy u asijských výrobců, se nemusí týkat jen peněz. Z části samozřejmě ano, ale je to i o dostupnosti nabídky kvalitních nebo českých oděvů. Výskyt prodejen s touto nabídkou je především ve velkých a vzdálených městech a člověk z vesnice si vybere raději z nabídky dostupnějších obchodů. To jsou právě především obchody s asijským zbožím.

V oblasti výzkumu se setkáváme se stále rozšiřujícím se využití nanotechnologií, tentokrát je to dle [64] v oblasti potravinářství. V budoucnu se můžeme dočkat obalů s tzv. nanosenzory, které budou monitorovat měnící se složení potravin nebo zaznamenají přítomnost nebezpečných mikroorganismů (Leserii, Salmonelu apod). To se projeví opticky, tedy změnou barvy obalu. Obecně se tedy nanočástice mohou využít ve prospěch spotřebitelů, protože budou podávat informace o kvalitě prodáváných potravin. Otázkou je, jaké následky může mít využívání nanočástic na zdraví konzumentů.

7 Závěr

V rámci kontroly a dozoru nad trhem vynakládá Česká obchodní inspekce ve spolupráci s dalšími kontrolními orgány značné úsilí pro to, aby byla zajištěna ochrana spotřebitele před nebezpečnými výrobky. I přes jejich snahu je takových výrobků, především asijské produkce, na trhu stále mnoho. Hlavní příčinou je malé množství zkontrolovaného zboží na vnějších hranicích Evropské unie. Dále tomu nepřispívá ani to, že ve vnitrozemí většiny států Evropské unie probíhají kontroly dováženého zboží namátkově. Není v ničí síle překontrolovat všechno zboží, které přes hranice projde. Dalším faktem je, že řada dovozců falšuje dovozové papíry, které jsou povolením k dodávání zboží na trh. Následkem toho se na trh mohou dostat i výrobky nebezpečné.

Zásahy České obchodní inspekce v oblasti kontroly kvality a zdravotní nezávadnosti výrobků nastávají teprve, až když je zboží v oběhu. Inspektoři provádí kontroly na základě hlášení spotřebitelů nebo z vlastní iniciativy. Spolupráci České obchodní inspekce s ostatními dozorovými orgány se zintenzivňuje její činnost a tím se zvyšuje pravděpodobnost zajištění zboží, které by mohly spotřebitelům způsobovat zdravotní rizika. Bohužel není v její síle překontrolovat všechno zboží. Výsledky z kontrol uveřejňuje na svých stránkách. Je to z toho důvodu, aby se spotřebitelé dozvěděli o výrobcích, které nevyhověly předpisům.

Obecně je informací o problematice s kvalitou a závadností zboží prostřednictvím médií a jiných informačních zdrojů zveřejňováno dostatek. Pokud má spotřebitel zájem přispívat k ochraně svého zdraví nebo zdraví své rodiny, a protože sám nedokáže posoudit bezpečnost výrobků, určitě je pro něho přínosné se dostatečně informovat a vzdělávat v oblasti kvality výrobků.

Aby se spotřebitelé mohli ubezpečit o kvalitě zakoupených výrobků, zavedl stát v rámci podpory jakosti program, který sdružuje značky kvality. Tyto značky usnadňují orientaci v široké nabídce zboží a zaručují, že výrobky jimi označené, jsou kvalitní a bezpečné. V oblasti spotřebitelského zboží je těchto značek poměrně dostatek. Znamená to tedy, že výrobci se snaží nabízet spotřebitelům kvalitní výrobky. I to je jedním ze způsobů, jak podnik udržet na přesyceném trhu.

Pouze v oblasti oděvních výrobků je výskyt značek minimální. Jednou z nich je značka QZ. Bohužel není příliš rozšířená na oděvních výrobcích. Větší výskyt této

značky je u textilních výrobků. Pro lepší informovanost spotřebitelů o kvalitě a vlastnostech oděvů je určitě takové značení nepostradatelné. Dnešní oděvní výrobky často nesplňují kvalitativní hodnoty. Převážná část se k nám dováží a materiály, které byly pro výrobu použity, ztrácejí častým nošením původní vzhled. Nelze spoléhat ani na kvalitu oděvů nabízených známých značek. Od nich spotřebitel očekává kvalitativní vlastnosti, už jen proto, že si za ně připlatí. Cena značkových výrobků je mnohonásobně vyšší, ale není pravidlem, že tomu odpovídá kvalita.

S problémem nekvalitních, nebezpečných nebo zdravotně závadných výrobků se bude společnost ještě dlouho setkávat. Faktor, který k tomu negativně přispívá, je i současná ekonomická krize. Troufám si tvrdit, že nikdy nezmizí. Ale určitě není vyloučené, že výskyt těchto výrobků lze početnějšími zásahy minimalizovat.

Seznam použité literatury

- [1] Lidové noviny [online][24.11.2009].
URL:<http://www.lidovky.cz/co-nastartovaly-jedovate-hracky-day/ln_noviny.asp?c=A070922_000109_ln_noviny_sko&klic=221561&mes=070922_0>.
- [2] Prof. Ing. Jaromír Veber, CSc. a kolektiv, J.: Řízení jakosti a ochrana spotřebitele, 2., aktualizované vydání., Grada Publishing a.s., U Průhonu 22, 170 00 Praha 7, rok 2007, počet stran 204, První vydání, ISBN 978-80-247-1782-1.
- [3] Česká obchodní inspekce [online][1. 12.2009].
URL:<<http://www.coi.cz/cs/ocoi/kdo-jsme-kompetence.html>>.
- [4] Zpravodaj technické inspekce, Úloha České obchodní inspekce, Ing. Jarmila Hubená, CSc [online][29.10.2009].
URL:<<http://www.zti.cz/ulohacoi.htm>>.
- [5] Česká obchodní inspekce Výroční zpráva [online][29.12.2009].
URL:<www.coi.cz/files/documents/vyrocnizprava032009.pdf>.
- [6] Česká obchodní inspekce [online][3. 2. 2010].
URL:<<http://www.coi.cz/cs/ocoi/coi-spolupracuje/abc.html>>.
- [7] Marigold.cz [online][13.1.2010].
URL:<<http://www.marigold.cz/item/kvalita-a-nekvalita-cinske-produkce>>.
- [8] ČT 24, pořad Efekty [online][29.11.2009].
URL:<<http://www.ct24.cz/vysilani/2009/11/01/10095519229-209411058070035-20:05-vedlejsi-efekty/?streamtype=RL2>>.
- [9] Parlament, vláda, samospráva, V politice platí, že méně znamená více [online][29.11.2009].
URL:<<http://www.parlament-vlada.eu/modules.php?name=News&file=article&sid=478>>.
- [10] Česká obchodní inspekce [online][24.11.2009].
URL:<<http://www.coi.cz/cs/spotrebitel/rapex.html>>.
- [11] Národní politika kvality. [online][7.12.2009].
URL:<<http://www.npj.cz/program-ceska-kvalita/znacky-v-programu-czq/>>.
- [12] Česká obchodní inspekce [online][3. 1.2010].
URL:<[http:// http://www.coi.cz/de/legislativa-2/pravni-predpisy-3.html](http://http://www.coi.cz/de/legislativa-2/pravni-predpisy-3.html)>.
- [13] II Předkládací zpráva [online][30.10.2009].

- URL:<www.npj.cz/soubory/dokumenty/S14.pdf>.
- [14] Sdružení obrany spotřebitelů [online][1.2.2010].
- URL:<<http://www.spotrebitele.info/o-sos/o-nas.php>>.
- [15] D-Test [online][1.2.2010].
- URL:<<http://www.dtest.cz/o-testu>>.
- [16] Zajišťování a posuzování bezpečnosti strojů [online][25.1.2010].
- URL:<josef.posta.sweb.cz/KONF/Mykiska.doc>.
- [17] Národní politika kvality [online][25.1.2010].
- URL:<<http://www.npj.cz/program-ceska-kvalita/o-programu/>>.
- [18] Národní politika kvality, značky programu [online][25.1.2010].
- URL:<<http://www.npj.cz/program-ceska-kvalita/znacky-v-programu-czq/>>.
- [19] Ing. Nikalaj Karpenko, J.: Kontrola jakosti výrobků I., Zmetky, jakost, organisace kontroly, Vydal Českomoravský komitét pro vědeckou organizaci, Praha II, Nakladatelství Národní práce v Praze II, r. 1943, 1. vydání, 91 stran.
- [20] Blesk. cz [online][25.1.2010].
- URL:<<http://www.blesk.cz/clanek/zpravy-zajimavosti/123554/v-praze-bude-veletrh-bezpecnych-hracek.html>>.
- [21] ČT 24 [online][4.12.2009].
- URL:<<http://www.ct24.cz/ekonomika/67818-vadne-kocarky-dva-karcinogenni-a-jeden-vhodny-ke-skalpovani/>>.
- [22] Sdružení obrany spotřebitelů, Rapex-nebezpečné výrobky [online][1. 12.2009].
- URL:<<http://www.spotrebitele.info/clanek.shtml?x=2340833>>.
- [23] O babyweb.cz [online][16. 12.2009].
- URL:<<http://www.babyweb.cz/Rubriky/s214-Zavadne-vyrobyky-on-line.aspx>>.
- [24] Novinky.cz [online][16. 12.2009].
- URL:<<http://www.novinky.cz/ekonomika/126962-toxicke-pasty-ferda-a-vecernicek-mohou-poskodit-zdravi-deti.html>>.
- [25] Textilní zkušební ústav [online][19. 3.2010].
- URL:<<http://www.tzu.cz/index.php?adr=23>>.
- [26] Centrum pro hospodaření s odpady [online][1. 12.2009].
- URL:<www.odpadoveforum.cz/OF2009/CD2009/TextyOF/502.pdf>.
- [27] Česká obchodní inspekce. Účast v evropských strukturách[online][24.11.2009].
- URL:<<http://www.coi.cz/de/o-coi/coi-spolupracuje-4/ucast-v-evropskych-systemech-a-strukturach-3.html>>.

- [28] Sdružení obrany spotřebitelů, Databáze spotřebitelských značek [online][1.12.2009].
URL:<<http://www.spotrebitele.info/znacky/>>.
- [29] CENIA, Environmentální značení [online][19.3.2010].
URL:<[http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/\\$pid/CENMSFNRQD65](http://www.cenia.cz/web/www/web-pub2.nsf/$pid/CENMSFNRQD65)>.
- [30] www.radi.cz [online][29.12.2009].
URL:<<http://www.radi.cz/katalog.php?kategorie=39319>>.
- [31] Časopis Textilžurnál, leden-únor 2010, číslo 1-2, s. 38-39, ISSN 1210-4078 MKČR E 6122.
- [32] Časopis Textilžurnál, březen 2010, číslo 3, s. 29, ISSN 1210-4078 MKČR E 6122.
- [33] SOTEX GINTEX CZ [online][15.4.2010].
URL:<<http://www.sotex.cz/index.php?docid=31>>.
- [34] Stručný průvodce biotextilem –biobavlna [online][10.4.2010].
URL:<http://www.biospotrebitel.cz/page.php?reference_name=press.print&press_id=282>.
- [35] Časopis Textilžurnál, březen 2010, číslo 3, s. 4-9, ISSN 1210-4078 MKČR E 6122.
- [36] Česká obchodní inspekce, Aktuality [online][15.4.2010].
URL:<<http://www.coi.cz/cs/aktuality-1/archiv-aktualit/clenske-staty-evropske-unie-prijimaji-opatreni-proti-nebezpecnym-snuram-a-stahovacim-snuram-na-detskem-obleceni.html>>.
- [37] Betty Mode Kyjov, Český výrobce oděvů pro děti a mládež [online][15.4.2010].
URL:<<http://www.bettymode.com/files/archive-2009.php>>.
- [38] Maminkám.cz [online][25.4.2010].
URL:<<http://www.maminkam.cz/dusicnany-v-zeleninových-prikrmeh/>>.
- [39] MM Průmyslové centrum [online][5.4.2010].
URL:<<http://www.mmspektrum.com/clanek/narodni-politika-podpory-jakosti>>.
- [40] Ťaptův blog plný zajímavostí [online][25.4.2010].
URL:<<http://plk.unas.cz/varovani-formaldehyd-nalezen-v-nadobi-z-casopisu-medvidek-pu-a-jeho-svet>>.
- [41] Hodnocení bezpečnosti kosmetických prostředků pro zdraví člověka, Dr. et. Mgr. Petr Svoboda, posouzení bezpečnosti kosmetických výrobků [online][25.4.2010].

- URL:<[www.officedepot.cz/_listycz/158.133 Isona Pro 500 g.pdf](http://www.officedepot.cz/_listycz/158.133_Isona_Pro_500_g.pdf)>.
- [42] Informace pro žadatele o certifikaci dentálních výrobků [online][25.4.2010].
URL:<www.vus.cz/certifikace/CODV/CODV%20Info%20pro%20zadatele.pdf>.
- [43] Národní politika podpora jakosti [online][26.4.2010].
URL:<<http://www.mmspektrum.com/clanek/narodni-politika-podpory-jakosti>>.
- [44] BIZ, Not made in China [online][6.4.2010].
URL:<<http://www.casopis.biz/?q=node/772>>.
- [45] Wikipedia, CE Mark [online][6.4.2010].
URL:<http://en.wikipedia.org/wiki/CE_mark>.
- [46] Bezpečnost rodiny, žít bezpečně není zbytečné [online][1.11.2009].
URL:<http://bezpecnost-rodiny.cz/?page_id=1363>.
- [47] Institut pro testování a certifikaci [online][1.11.2009].
URL:<<http://www.itczlin.info/znacka-bezpecne-hracky.php>>.
- [48] Sdružení obrany spotřebitelů, Český národní program označování výrobků ochranou známkou [online][1.11.2009].
URL:<<http://www.spotrebitele.info/znacky/cesky-narodni-program.php>>.
- [49] Ekolist. [online][20.12.2009].
URL:<www.ekolist.cz>.
- [50] Textil Žurnál [online][20. 2.2010].
URL:<<http://www.textilzurnal.cz/ebricky-prehledy/>>.
- [51] Časopis Textilžurnál, březen 2010, číslo 3, s. 31, ISSN 1210-4078 MKČR E 6122.
- [52] Časopis Textilžurnál, leden-únor 2010, číslo 1-2, s. 36-37, ISSN 1210-4078 MKČR E 6122.
- [53] New Yorker [online][29. 2.2010].
URL:<http://www.newyorker.de/pages/de/company/wir_ueber_uns/unser_antrieb_marketing.html>.
- [54] Mango [online][29.2.2010].
URL: <<http://www.mango.com/pv/index.html>>.
- [55] H&M [online][29.2.2010].
URL:<http://www.hm.com/cz/abouthmcom/legalnotice__websitepolicy.nhtml>.
- [56] Consumer Affairs [online][28.4.2010].
URL:<http://ec.europa.eu/consumers/safety/committees/index_en.htm>.
- [57] PROSAFE [online][28.4.2010].

URL:<<http://www.prosafe.org/>>.

[58] Státní zemědělská a potravinářská inspekce [online] [28.4.2010].

URL:<<http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1002819&docType=ART&nid=11414>>.

[59] Sagit, nakladatelství právnické a ekonomické literatury Ostrava, Sbírka zákonů [online] [29.4.2010].

URL:<<http://www.sagit.cz/pages/sbirkatxt.asp?cd=76&typ=r&zdroj=sb01084>>.

[60] Bussiness Info.cz, oficiální portál pro podnikání a export [online] [30.4.2010].

URL:<<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/kvalita-jakost/vyrobky-a-sluzby-oceneni-ceska-kvalita/1000513/55158/>>.

[61] CENIA, Národní program environmentálního značení [online] [15.3.2010].

URL:<[http://www.ekoznacka.cz/web/www/webpub2.nsf/\\$pid/MZPMSFHNS](http://www.ekoznacka.cz/web/www/webpub2.nsf/$pid/MZPMSFHNS)>.

[62] Časopis BIZ, Not Made in China [online] [28.4.2010].

URL: <<http://www.casopis.biz/?q=node/772>>.

[63] Budulinek.EU, Dozor nad kvalitou a trhu v České republice a ochrana před dovozem nekvalitních hraček z Číny [online] [18.1.2010].

URL: <http://www.budulinek.eu/zdravotne_nezavadna_hracka/37/>.

[64] Časopis TEST, září 2009, číslo 9, s. 28-29, ISSN 1210-731X MK ČR E6876.

Seznam obrázků

Obrázek 1.1: Grafické vyhotovení evropské značky shody CE	20
Obrázek 1.2: Značka CE “China Export“	20
Obrázek 1.3: Značka databáze RAPEX	21
Obrázek 1.4: Logo databáze RASFF	22
Obrázek 2.1: Logo české kvality	31
Obrázek 2.2: Logo Bezpečná a kvalitní hračka	32
Obrázek 2.3: Označení zdravotně nezávadné obuvi	32
Obrázek 2.4: Logo bezpečné hračky	33
Obrázek 2.5: Logo CZECH MADE	33
Obrázek 2.6: Logo Ekologicky šetrný výrobek	34
Obrázek 2.7: Logo APEK- Certifikovaný obchod	34
Obrázek 2.8: Logo Kvalitní a bezpečná montáž	34
Obrázek 2.9: Logo CG – značka kvality výrobků pro plynárenství	34
Obrázek 2.10: Logo Nábytek – česká kvalita	35
Obrázek 2.11: Logo ČSN TEST	35
Obrázek 2.12: Logo ESČ	36
Obrázek 2.13: Logo Horeca Select	36
Obrázek 2.14: Logo Pečeť jakosti	37
Obrázek 2.15: Logo Podporované zaměstnání	37
Obrázek 2.16: Logo QZ-zaručená kvalita	37
Obrázek 2.17: Logo SZUTEST-PRODUCT TESTED	37
Obrázek 2.18: Logo TESCO-program kvality	38
Obrázek 2.19: Logo OOPP-Sdružení dobrovolného hodnocení osobních ochranných pracovních prostředků	38
Obrázek 2.20: Cetrifikované služby IT	39
Obrázek 2.21: Označení CCZ a CE	40
Obrázek 2.22: Logo KLASA	40
Obrázek 2.23: Logo Český výrobek	40
Obrázek 2.24: Označení Český výrobek	40
Obrázek 3.1.: Ekoznačka programu „Ekologicky šetrný výrobeků“	49
Obrázek 3.2: Ekoznačka EU, „The Flower – Květina“	49
Obrázek 3.3: Logo Ekologicky nezávadné	49
Obrázek 3.4: Logo Ekologii ku prospěchu	49
Obrázek 3.5: Značka BIO-produkt ekologického zemědělství	50
Obrázek 3.6: Značka „Kontrolované ekologické zemědělství“	50
Obrázek 3.7: Kousátko bonbon	51
Obrázek 3.8: Látková panenka Keptin bílá	51
Obrázek 3.9: Ekologické jednorázové pleny Wiona	51
Obrázek 3.10: Polodupačky lobio	51
Obrázek 4.1: Styl oblékání českých spotřebitelů dle Incoma GfK	57
Obrázek 4.2: Oblíbené prodejny s oděvy a obuví dle Incoma GfK	57
Obrázek 4.3: Logo QZ-zaručená kvalita	59
Obrázek 4.4: Piktogram zdravotní nezávadnosti	59
Obrázek 4.5: Piktogram pro vyjádření užitných vlastností-stálobarevnost	60
Obrázek 4.6: Piktogram v oblasti podlahových krytin a potahových textilií pro domácí sektor	60
Obrázek 4.7: Piktogram vztahující se k potahovým textiliím	60

Obrázek 4.8: Doporučená úroveň užitečných vlastností pro výrobky označených QZ ve skupině osobního prádla	60
Obrázek 4.9: Technické podmínky pro skupiny výrobků označených značkou QZ	61

Seznam grafů

Graf č. 1: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 1	67
Graf č. 2: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 2	67
Graf č. 3: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 3	68
Graf č. 4: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 5	69
Graf č. 5: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 6	69
Graf č. 6: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 7	70
Graf č. 7: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 10	71
Graf č. 8: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 12	72
Graf č. 9: Grafické vyjádření odpovědí dotázaných respondentů na otázku č. 15	73

Seznam příloh

- Příloha 1: Dotazník
- Příloha 2: Vybrané výrobky stažené z trhu

Příloha 1
Ukázka dotazníku

DOTAZNÍK

Průzkum informovanosti spotřebitele o kvalitě a nezávadnosti výrobků

Tento dotazník je součástí bakalářské práce. Je anonymní a výsledky budou využity pro analýzu dat. Cílem dotazníku je zjistit všeobecné povědomí lidí o kvalitě výrobků, jak a zda lidé hodnotí kvalitu oděvních výrobků a zda by přivítali také logo hodnotící kvalitu a funkčnost oděvních výrobků.

1. Jaký faktor Vás nejvíce ovlivňuje při výběru zboží? (Ize vybrat dvě možnosti)
 - a) Značka
 - b) Cena
 - c) Kvalita
 - d) Jiné.....
2. U kterých výrobků upřednostňujete značku? (Ize vybrat dvě možnosti)
 - a) Oblečení
 - b) Boty
 - c) Jídlo
 - d) Elektronika
 - e) Jiné.....
3. Přišel(a) jste do styku s hodnocením kvality výrobků (elektronika, jídlo, hračky...) prostřednictvím televize, časopisu, rozhlasu, internetu...?
 - a) ANO
 - b) NE
4. Pokud ano, vyhledával(a) jste aktivně (cíleně) informace o kvalitě výrobků? (zaškrtn(a)-li jste v předchozí otázce č.3 ne, tuto otázku č.4 a 5 nevyplňujte)
 - a) ANO
 - b) NE
5. Kde jste nejvíce vyhledávali informace o kvalitě kupovaného výrobku? (zaškrtn(a)-li jste v předchozí otázce č.4 ne, otázku č.5 nevyplňujte)
 - a) Televizní pořady
 - b) Tištěné média (noviny, časopisy)
 - c) Internet (webové stránky výrobců, reference)
 - d) Internet (webové stránky české obchodní inspekce, databáze Rapex...)
 - e) Jiné.....
6. Jsou pro Vás informace České obchodní inspekce o kvalitě a nezávadnosti výrobků dostačující?
 - a) Ano – informací je dost
 - b) Ne – informací je málo,
 - c) Ani nevím, že nějaké informace poskytuje
 - d) Při výběru zboží mě spíše zajímají reference uživatelů na výrobek, než informace české obchodní inspekce
7. Znáte, nebo koupily jste si výrobky označené následujícími logy? (zaškrtněte značky, se kterými jste se setkali)



8. Dáváte přednost ekologickým výrobkům?

- a) ANO b) NE

9. Do jaké skupiny lidí ohledně oblečení patříte?

- a) Sportovní typ e) Výstřední typ
b) Elegantní typ f) Vyznávám „hudební styl“ (punk, rock, hip-hop,...)
c) Ležérní typ
d) Módní typ

10. Při výběru oděvů Vás zajímá: (lze vybrat dvě možnosti)

- a) Módnost e) Značka, výrobce
b) Účelnost - funkčnost f) Cena
c) Estetický vzhled g) Jiné.....
d) Úroveň vypracování

11. Za které oděvní výrobky jste ochotní utratit více financí?

- a) Funkční prádlo d) Společenské oděvy (sako, kostýmy, šaty)
b) Sportovní oblečení e) Oděvy na běžné nošení
c) Outdoorové oděvy (bundy, kalhoty...) f) Profesní oděvy

12. Domníváte se, že platí rovnost: značka oděvu = kvalitní výrobek?

- a) ANO c) NEVÍM
b) NE d) JAK KDY

13. Víte o původu výroby, užitných vlastnostech (prodyšnost, propustnost vlhkosti, voděodolnost...) a kvalitě vybraného oděvu dostatek informací?

- a) ANO b) NE

14. Chybí Vám při výběru oděvů (např.: outdoorová bunda) ověření zda výrobek skutečně má takové vlastnosti jak uvádí výrobce.

- a) Ne nechybí, uvedené hodnoty mi stačí.
b) Ano chybí, chtěl(a) bych ověření od nezávislého zkušebního ústavu.

15. Uvítali byste, aby se logo QZ– zaručená kvalita (garantující kvalitu, zdravotní nezávadnost a užitné vlastnosti oděvů, textilií a čistíren) nebo jiné logo garantující kvalitu oděvních výrobků objevovalo také na oblečení?

- a) ANO c) MOŽNÁ
b) NE d) JE MI TO JEDNO

16. Jsem:

- a) ŽENA b) MUŽ

17. Věková kategorie:

- a) do 25 let c) 36 – 55 let
b) 26 – 35 let d) více

18. Dosažené vzdělání:

- a) Základní c) VŠ
b) Střední

19. Sociální třída:

- a) Vysoká c) Nižší střední
b) Vyšší střední d) Nízká

20. Pracujete manuálně?

- a) ANO b) NE



Příloha 2
Vybrané výrobky stažené z trhu

Mezi některé druhy výrobků stažených z českého trhu a uvedených v informační databázi Rapex, patří:

Dle [22] Konvice značky Singer, typ modelu: GW - 12X38, země původu Hong Kong, viz. obrázek 1. Úřady zakázaly prodej výrobku pro nebezpečí úrazu elektrickým proudem. Zkušebním test probíhal tak, že se voda v konvici nechala přetéci. Z důvodů úzkých odvodňovacích otvorů v podstavci došlo k poruše spojovacího zařízení v této oblasti. Výrobek nesplňuje požadavky Směrnice o elektrických zařízeních pro provoz při nízkém napětí ani příslušnou evropskou normu EN 60335.

Pěna do koupele Aquolina Bagno containing yogurt fragranza mousse di fragola, značky Aquolina, všechny série modelu, země původu Itálie. Představuje dle [22] nebezpečí záměny za potraviny především pro děti. Pěna do koupele je v plastové láhvi s etiketou, na které jsou jahody, nebo lesní jahody, meruňky, citrusy, kokosové ořechy, třešně nebo vanilka a má ovocnou vůni. Při požití může dojít k chemickému zápalu plic. To z toho důvodu, že nepříjemná chuť posílená přidáním denatoniumu benzoanu (Bitrex) a tvorba pěny v žaludku způsobená složením výrobku způsobí zvracení, u malých dětí hrozí vdechnutí zvratků. Výrobky obsahují také čisticí látky a emulgátory, tj. látky reagující s povrchem, které mají toxické škodlivé účinky na tkáň průdušek a plic. Po chemickém poškození následuje zanícení, tj. zápal plic způsobený chemickými látkami obsaženými ve výrobku. Bylo nařízeno stáhnout výrobek z trhu.



Obrázek 1: Konvice Singer, model GW-12X38



Obrázek 2: Kočárek Quinny Speedi

Dalším případem jsou dva závadné kočárky, u kterých Česká obchodní inspekce zakázala prodej. Jednalo se dle [21] o kočárek Quinny Speed a Colleto Austin.

V případě kočárku Quinny Speedi, viz. obrázek 2, se z provedených zkoušek zjistilo, že výrobce překročil hranici obsahu primárních aromatických aminů u držadla pro dítě tak i u držadla pro dospělou osobu. Primární aromatické aminy jsou označovány jako karcinogeny kategorie I. a mohou způsobit řadu onemocnění, jako např. rakovinu. Správné množství je stanovené Vyhláškou č. 84/2001 0,05 mg/l, naměřené množství bylo 0,23 mg/l.

Výrobek Colleto Austin měl vadnou konstrukci, neodpovídal tedy normě z hlediska bezpečnosti, viz. obrázek 3. V oblasti hlavy dítěte se na lůžku vyskytovala hrana s neodpovídajícím zaoblením. Byla zakryta textilním povlakem a při působení síly menší než 1N se promáčkla.

Kolekce nádobíčka Medvídko Pů a časopis Medvídek Pů a jeho báječný svět, výrobce Dong Guan Hwei Thuang products co., země původu Čína, distributor TAPPA s.r.o Praha, viz. obrázek 4. Česká obchodní inspekce dle [23] nařídila stáhnout výrobek z trhu, nádobíčko obsahuje formaldehyd. Ten může způsobit dle [40] při vyšší koncentraci vážné podráždění sliznic, zánět průdušek a otok nebo zánět plic, u citlivých jedinců vyvolává astma a záněty kůže.



Obrázek 3: Colleto, model Austin



Obrázek 4: Nádobíčko Medvídko Pů

Dalším nebezpečným výrobkem je dle [23] plyšový nahrávací medvídek „MICRO“, typ GU 3164, 94033, země původu Čína, viz. obrázek 5. Jedná se o hračku na tužkové baterie. Nebezpečí hrozí ve snadném přístupu k bateriím, pouze přes zdrhovadlo a špatné švy pod zdrhovadlem umožňují přístup k výplňkovému materiálu (polyesteru), který může malé dítě vdechnout, spolknout nebo se jím zadusit.

V oblasti potravin provádí kontrolu Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Ta při testování kojenecké výživy BIO Hamánek s brokolicí, viz. obrázek 6, která byla propagována dle [23] jako 1. česká biokojenecká výživa, zjistila zvýšený obsah

dusičnanu. Normou je dle [38] v zeleninových příkrmech stanovena povolená hranice obsahu dusičnanu, to je 200 mg/kg. Dusičnany ve vyšších dávkách mohou způsobit dýchací problémy provázané modráním tkání až udušením. Společnost Hamé stáhla jednu šarži výrobku z trhu.



Obrázek 5: Plyšová hračka, medvídek „MICRO“



Obrázek 6: Kojenecká výživa BIO Hamánek s brokolicí

Dalším výrobkem, který museli dovozci stáhnout z trhu, byly dle [24] čínské šedesátigramové zubní pasty Večerníček tutti-fruti, Ferda apple a Ferda strawberry, viz. obrázek 7, obrázek 8, dovozce do ČR firma Mattes Trading, s r.o. Při testech byl zjištěn obsah diethylenglykolu, který se pro tyto výrobky nepoužívá. Následkem toho, by mohlo dojít k poškození ledvin a nervové soustavy.



Obrázek 7: Zubní pasta Večerníček tutti-fruti



Obrázek 8: Zubní pasta Večerníček tutti-fruti, Ferda apple a strawberry